

číslo 24
August / September 2008

Etický spotrebiteľ vníma firmy a značky komplexne. Zaujíma ho všetko. Zoberme si napríklad topánky. Etický spotrebiteľ chce vedieť, koľko CO₂ a odpadu pri ich výrobe vzniklo, odkiaľ pochádza koža, ako a kde ju farbili. Chce vedieť, ako sa firma správa k svojim zamestnancom. Chce si byť istý, že pri šití topánok neboli vykorisťované deti. Jednou z možností, ako môže etický spotrebiteľ zistiť tieto informácie, sú výročné správy, v ktorých firmy popisujú svoj vzťah ku komunite, zamestnancom a životnému prostrediu. Tieto zdroje informácií sú čoraz populárnejšie. Počet výročných správ firiem o zodpovednom podnikaní preto rastie. Kým do roku 1998 sa ich písaním „obťažovalo“ len päť firiem - Abt Associates, Ben&Jerry's, Shell, Body Shop a Avon, v súčasnosti počítame takéto správy na tisícky. Na Slovensku vydalo reporty o zodpovednom podnikaní menej ako 10 firiem.

Prípraviť správu, ktorá bude zrozumiteľná, bude pravdivo a vyvážene informovať o všetkých aspektoch a dopadoch podnikania, nie je ľahké. Podľa celosvetového prieskumu, ktorý realizovala na vzorke viac ako 2000 respondentov

téma čísla: str. 4 - 7
správy o zodpovednom podnikaní

str.2 aktivity členov združenia
str.3 dve nové správy
str.8-9 situácia na Slovensku
str.10-11 Naša Bratislava
str.12 kalendár

obsah



BRATISLAVA

Na podujatí Naša Bratislava sa 12. a 13. septembra zúčastní takmer 800 dobrovoľníkov

spoločnosť KPMG v spolupráci s organizáciou SustainAbility, vhodným nástrojom sú smernice Global Reporting Initiative, ktoré až 65% z opýtaných považuje za najlepší štandard na písanie správ o zodpovednom podnikaní. Na Slovensku použila túto metodiku jedine VÚB banka.

Rozhodnutie pripraviť CR report je vizionárskym rozhodnutím. Na základe zahraničných skúseností je isté, že tlak a očakávania rôznych stakeholderov, verejnosti a možno i vlády v tejto oblasti bude rásť. Na začiatku tohto roka švédská vláda rozhodla, že všetkých 55 firiem, ktoré sú vo vlastníctve štátu, musí publikovať správy o zodpovednom

podnikaní. Tento krok môže motivovať aj iné štáty v rámci Európskej únie k podobným rozhodnutiam.

Toto číslo BLF Newslettera ponúka prehľad o situácii v oblasti reportingu na Slovensku aj v zahraničí a vysvetľuje nástroje a postupy, ktoré sú k tomu potrebné. Teší nás, že členovia BLF: Holcim Slovensko, Orange Slovensko, Provident Financial, Slovak Telekom, Slovnaft, U.S Steel Košice a VÚB banka, vydali svoje správy aj pre slovenského spotrebiteľa a sú ochotní sa podeliť o svoje skúsenosti.

Janka Ružická

editor

Michal Kišša
michal.kissa@nadaciapontis.sk

redakčná rada

Janka Ružická
Lenka Surotchak
Alexandra Vašinová

grafika, dtp a tlač

Alius, Kukučínova 5,
971 01 Prievidza, www.alius.sk

vydáva

Nadácia Pontis
Grösslingová 59, 811 09 Bratislava
www.nadaciapontis.sk
pontis@nadaciapontis.sk

Letné stáže v U. S. Steel Košice

V spoločnosti U. S. Steel Košice začal v júli už 7. ročník letnej stáže pre vysokoškolských študentov. Takmer 60 absolventov štvrtých ročníkov bude tri dni v týždni pracovať na pracoviskách firmy. Počas štvrtkov a piatkov absolvujú exkurzie a tréningy zamerané na rozvoj tímovej spolupráce, manažérskych a prezentačných zručností. Stážisti, ktorí uprednostnili prácu a vlastný rozvoj pred prázdninovým oddychom, prešli viackolovým výberovým procesom a od práce v medzinárodnej spoločnosti očakávajú získanie praktických skúseností a perspektívne i zaujímavé pracovné miesta.

Rovnosť príležitostí v U. S. Steel Košice

V U. S. Steel Košice pokračuje i program Rovnosť príležitostí – práca pre Rómov. Vzdelanie umožňuje aj ľuďom zo znevýhodnených skupín lepšie sa uplatniť na trhu práce. Preto Rómovia pracujúci formou personálneho lízingu v rôznych prevádzkach firmy dochádzali po práci do Stredného odborného učilišťa hutníckeho. V školských laviciach i v dielňach pracovného vyučovania absolvovali kurz rezania plameňom alebo rozvíjali svoje zručnosti v odbore strojníc hutníckych zariadení so zameraním na pásové dopravníky. Traja najlepší absolventi kurzov podpísali pracovné zmluvy a prešli do interného stavu dcérskej spoločnosti Reliningserv.

Philip Morris Slovakia podporuje kampaň „Na veku záleží“

Už 10. ročník programu na zamedzenie dostupnosti tabakových výrobkov neplnoletým „Na veku záleží“ odštartovala v júli celoplošná billboardová kampaň, ktorá je obsahovo zameraná na predajcov. Silným komunikačným odkazom však oslovuje aj širokú verejnosť. Zväz obchodu a cestovného ruchu SR ňou chce podporiť a povzbudiť predajcov v tom, aby nepredávali tabakové výrobky neplnoletým. Finančným partnerom kampane je Philip Morris Slovakia s.r.o.



členovia BLF



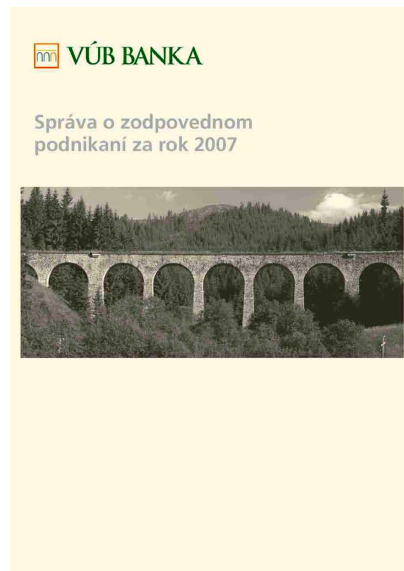
Dve nové správy o zodpovednom podnikaní

VÚB banka

VÚB banka vydáva po prvýkrát svoju správu o zodpovednom podnikaní podľa smerníc Global Reporting Initiative. „Chceli sme vydať verifikovateľnú a transparentnú správu o našej zodpovednosti, preto sme sa rozhodli ísť



podľa medzinárodne akceptovaných smerníc. Nebol to ľahký proces aj vzhľadom k tomu, že sme prvá firma na Slovensku, ktorá sa na takýto krok podujala. Veľkou oporou nám bola materská banka Intesa Sanpaolo, ktorá nám pomohla pri naštartovaní implementácie manažmentu corporate responsibility v našej firme. Významným faktorom pri zostavovaní správy bola spolupráca s členmi internej pracovnej skupiny, ktorí boli nominovaní za jednotlivé úseky banky. Najprv sme ich vyškolili v oblasti zodpovedného podnikania a reportovania podľa GRI, a potom už nasledoval samotný zber údajov a príprava správy. O výsledku nášho úsilia sa môžete presvedčiť sami“, povedala Martina Slezáková, vedúca štábného útvaru Spoločenská



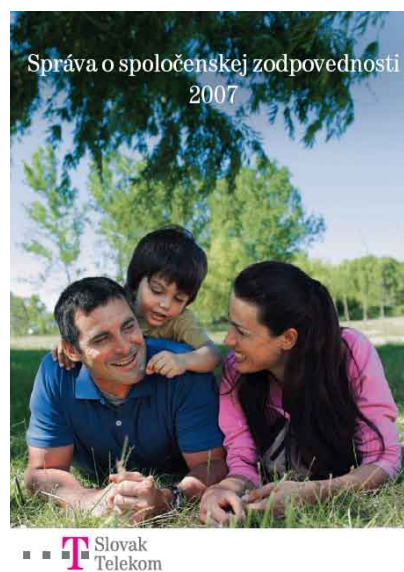
zodpovednosť vo VÚB banke. Tento samostatný útvar vznikol vo VÚB banke od druhej polovice roku 2008. Je nezávislý od ostatných divízií a reportuje priamo generálnemu riaditeľovi.

Slovak Telekom



„Vydávanie správ o spoločenskej zodpovednosti nie je, na rozdiel od ročných správ, povinné zo zákona. Dáva nám však

možnosť sumarizovať komplexné aktivity firmy v oblasti spoločenskej zodpovednosti. Téma spoločenskej zodpovednosti rezonuje medzi slovenskými firmami len krátko, preto som veľmi rád, že Slovak Telekom stál pri zrode týchto myšlienok a má ambíciu aj ďalej prispievať k formovaniu zodpovedného správania sa firiem na Slovensku,“ uviedol pri príležitosti vydania správy Miroslav Majoroš, predseda predstavenstva a prezident Slovak Telekomu. Tretia Správa o spoločenskej zodpovednosti je len v elektronickej podobe – vo forme webovej aplikácie a multimedialného CD v kreatívnom balení. Okrem textu obsahuje aj fotografie a vi-



deofilmly ilustrujúce projekty zodpovedného podnikania v Slovak Telekomu za minulý rok.

Janka Ružická

Správy sa stávajú samozrejmosťou

Témou tohto čísla je reportovanie zodpovedného podnikania, čiže písanie správ o tom, akú má firma výkonnosť nielen v oblasti ekonomickej, ale aj v oblasti environmentálnej či sociálnej. Možno sa pýtate – sú vynaložená námaha a finančné prostriedky efektívne využité? Číta vôbec niekto takéto správy? Je to pre mojich stakeholderov dôležité? Prečo by to mala naša firma robiť? Nevynaložíme financie radšej na iné projekty? Samozrejme, toto sú otázky, ktoré by mali mať pri rozhodovaní jasné odpovede. V tomto článku nájdete niektoré z nich.

Prečo reportovať?

Firma by mala reportovať hlavne pre seba. Mala by reportovať preto, lebo sa chce niečo dozvedieť, niečo sledovať, niečo zlepšiť. Ak firma pripraví PR cvičenie pre zopár zástupcov médií a niekoľkých členov odbornej verejnosti s tým, že chce hovoriť len o tom, čo robí dobre a s čím sa chce pochváliť, nikdy nepríde na to, kde sú jej medzery,

ako sa zlepšiť alebo či naozaj hovorí o tom, čo trápi jej stakeholderov. Nemusí si stanoviť konkrétne ciele, a teda nemôže ich plnenie ani kontrolovať. Náklady na vytvorenie takejto správy budú nízke, ale aj efekt takéhoto reportu sa bude blížiť nule.

Možno však postupovať aj inak. V prvom rade by si mala firma stanoviť, čo by chcela vedieť o sebe. Pre finančných manažérov je prvom rade dôležité vedieť, ako je firma výkonná v ekonomickej oblasti. Pre ľudí, ktorí majú na starosti oblasť zodpovednosti, je však nevyhnutné poznať aj dopady firmy na životné prostredie a spoločnosť. Preto je tento bod v definovaní dôvodov prečo reportovať najdôležitejší. Druhým významným dôvodom je podávanie informácií navonok. Ak chce byť firma naozaj dôsledná, mala by sa pýtať svojich stakeholderov. Základná otázka znie – Čo o nás chcete vedieť? Stakeholderi firmy sú tí, ktorí budú s najväčšou pravdepodobnosťou čítať jej správy. Zistiť, aké informácie

potrebujú vedieť, je preto nevyhnutné. Jedným z hlavných stakeholderov firmy sú jej klienti. A pre nich sú správy veľmi dôležité. Podľa najnovšieho prieskumu spoločnosti KPMG sa až 55 % čitateľov správ podľa ich obsahu rozhoduje, či si konkrétny výrobok či službu kúpi. Čo sa týka investorov, až 45 % z tých, ktorí správy čítajú, sa rozhoduje o investovaní podľa zverejnených informácií. (KPMG, SustainAbility 2008)

Čo reportovať?

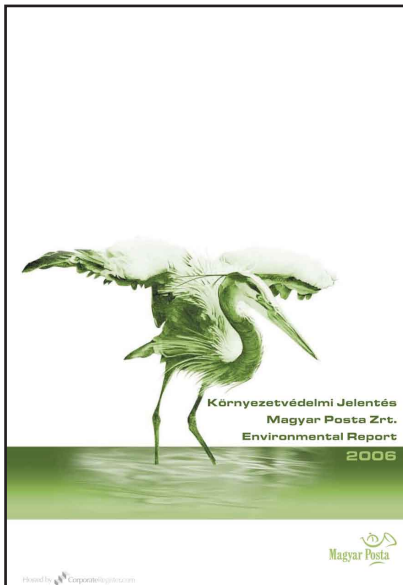
V tomto procese môže firma získať veľmi hodnotné informácie a nemusí strácať čas niečím, čo jej stakeholderov vôbec nezaujíma, resp. čo nie je dôležité pri riadení spoločnosti. Ak firma poskytuje hlavne služby, je dôležité, aby hovorila o svojom postoji k zákazníkom, etike podnikania, odmietnutí korupcie či transparentnom



V Poľsku je reportovanie na dobrej ceste.



Letisko Praha sa sústredilo na životné prostredie.



Aj štátna firma môže napísať kvalitnú správu

obstarávaní. Ak však je firma priemyselným gigantom, je veľmi dôležité, aby vo väčšej miere informovala o svojom vplyve na životné prostredie alebo o svojom dodávateľskom reťazci. Každá spoločnosť by si mala určiť, ktoré informácie sú pre ňu relevantné a ktoré nie. Podľa už spomínaného prieskumu, najviac čitateľom správ chýbajú v reportoch negatívne vplyvy organizácie na svoje okolie a reportovanie vplyvu spoločnosti na trvalo udržateľný rozvoj. Úprimnosť v správach dodáva na ich vážnosti a pomáha určiť si ciele do budúcnosti.

Ako reportovať?

Na písanie správ o zodpovednom podnikaní je niekoľko spôsobov. Firma si môže

zostaviť správu sama alebo môže požiadať o pomoc odborníkov, ktorí majú s týmto procesom skúsenosti a pomôžu ho urýchliť a skvalitniť.

Druhým krokom je vybrať si formátu reportovania. Tieto nástroje nešpecifikujú ciele, ktoré treba dosiahnuť, ale sústreďujú sa na poskytnutie rámca pre zostavenie správ. Tu je možné vybrať si z niekoľkých možností. Najpoužívanejším nástrojom na písanie správ o zodpovednom podnikaní sú Smernice Global Reporting Initiative, ktoré prinášajú najkomplexnejší a najväčší počet indikátorov. Ich najväčšou výhodou je to, že boli vytvorené v spolupráci s rôznorodými firmami a ich stakeholdermi, čiže odzrkadľujú celú škálu názorov a postojov na reportovanie. Okrem profilu firmy obsahujú aj manažérsky prístup ku každej reportovanej oblasti aj 79 indikátorov, ktoré sú rozdelené na 47 hlavných a 32 doplňujúcich. Pre jednotlivé sektory ekonomiky boli pripravené aj doplňujúce indikátory – jedná sa napríklad o automobilový priemysel, finančný sektor, logistiku a dopravu, ťažobný priemysel, cestovný ruch, telekomunikácie a verejné agentúry. Pomocou novej verzie G3 reportuje vo svete viac než 11 114 organizácií, celkovo smernice používa už 2906 firiem a vládnych či nevládných inštitúcií (zdroj: www.corporateregister.com). Viac o Smerniciach GRI nájdete na www.blf.sk/gri.

Ďalšou možnosťou je použit

rámec, ktorý pripravila organizácia AccountAbility pod názvom AA1000. Jedná sa o nástroj pri overovaní správy, čiže je využiteľný hlavne pri kontrole obsahu správy tretou osobou. Pomocou tohto rámca bolo overených už 325 správ. AccountAbility dáva tiež používateľom návod na začatie systematického dialógu so stakeholdermi, počas ktorého sa vytvoria indikátory, ciele a systémy na zber údajov, nevyhnutných pre dosiahnutie vyššej transparentnosti, efektivity reagovania na očakávania stakeholderov a zlepšovanie celkovej výkonnosti firmy. Viac o rámci AA1000 na stránke www.accountability21.net.

Ako často?

Najčastejšie firmy reportujú v ročných cykloch. Neznamená to však, že správy sú kvalitnejšie. Často sa môže stať, že správa,



Mobilný operátor podniká aj v SR. Bude mať aj slovenskú správu?

ktorá je vydávaná v dvoj- či troj-ročných periódach je kvalitnejšie spracovaná a obsahuje väčšie množstvo porovnateľných údajov. Ak je správa spracovávaná za dlhšie časové obdobie, je ľahšie pozorovať trendy a zmeny v organizácii. Pri väčších firmách ale môže veľké množstvo údajov a dát z takejto publikácie urobiť knihu hrubšiu ako telefónny zoznam.

Overiť?



Sú správy o zodpovednom

podnikaní firiem dôveryhodné? Majú poskytnuté informácie aj skutočnú hodnotu alebo sa len snažia zakryť realitu? Po už tak často spomínaných škandáloch spoločností ako Worldcom alebo Enron, pri ktorých boli falšované aj finančné dokumenty a niekoľko osôb bolo odsúdených, je dôvera stakeholderov v takéto údaje pomerne nízka. Je vhodné, ak si firma dá takúto správu externe overiť.

Vyššie spomínaný prieskum spoločnosti KPMG a Sustain-

Ability priniesol v tejto oblasti zaujímavé výsledky - viac než 60 % opýtaných si myslí, že je dôležité overovať aj sociálnu a environmentálnu výkonnosť firmy a 50 % hovorí, že aj overenie samotnej správy je dôležité. V zahraničí je overovanie takýchto správ bežné. Overovanie väčšinou prebieha u niektorej z audítorských firiem alebo u lokálnej spoločnosti/mimovládnej organizácie, ktorá má v tejto oblasti skúsenosti.

Ako by mala vyzeráť kvalitná správa?

<p>20%</p> <p>increase in Fairtrade food sales</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2006/07</th> <th>2007/08</th> <th>% change</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>21%</td> <td>43%</td> <td>+22</td> </tr> <tr> <td>20</td> <td>21</td> <td>+5</td> </tr> <tr> <td>53,000</td> <td>56,000</td> <td>+6</td> </tr> </tbody> </table>	2006/07	2007/08	% change	21%	43%	+22	20	21	+5	53,000	56,000	+6		
2006/07	2007/08	% change													
21%	43%	+22													
20	21	+5													
53,000	56,000	+6													
<p>Kvalitná správa hovorí nielen o úspechoch spoločnosti,</p>	<p>ale aj o jej rezervách (zvýšené emisie CO₂),</p>	<p>je napísaná pomocou smerníc GRI</p>	<p>a šetrná k životnému prostrediu.</p>												

Oceňovanie správ o zodpovednom podnikaní

Ceny pre výročné správy o zodpovednom podnikaní sú veľmi populárne. Hodnotia však nielen obal správy, ale aj jej obsah. Medzinárodné ceny zväčša udeľujú hlasovaním čitatelia, národné ceny hodnotia odborné komisie. Bohužiaľ, na Slovensku sa doposiaľ takéto neudeľujú, aj keď viaceré spoločnosti by si cenu za report určite zaslúžili.

<p>Readers' Choice Awards</p> <p>Prvým ročníkom sa v roku 2007 predstavilo ocenenie Reader's Choice Award udeľované organizáciou Global Reporting Initiative. Firmy sa môžu do súťaže dobrovoľne prihlásiť. Víťazov však nevyberá GRI ale čitatelia. Do súťaže bolo prihlásených takmer 800 správ, ktoré boli hodnotené 1725 čitateľmi zo 70 krajín. Hlavné pri hodnotení boli tieto kritériá: Relevantnosť informácií, spolupráca so zainteresovanými subjektmi, kontext udržateľnosti, úplnosť a kvalita.</p>	<p>Vyhlasovateľ: Global Reporting Initiative</p> <p>Čitateľská cena: Petrobras (Brazília) Mediálna cena: Gas Natural SDG (Španielsko) Cena finančných trhov: ABN Amro (India) Zamestnanecká cena: ITC (India) Cena mimovládnych organizácií: Petrobras (Brazília) Najlepšia nefiremná správa: Fundación Empredimientos Rurales Los Grobo (Argentína) Najlepšia správa medzi malými a strednými podnikmi: Frigoglass (Grécko) Najlepšia správa z krajiny mimo OECD: TGC-5 (Rusko)</p>
---	--

Corporate Register Reporting Award	Vyhlasovateľ: Corporate Register
<p>Zvyšujúcu sa dôležitosť reportovania zvyrazňuje aj druhé ocenenie, ktoré od roku 2007 udeľuje organizácia Corporate Register. CR poskytuje čitateľom možnosť na jednom mieste nájsť takmer všetky správy o zodpovednom podnikaní, ktoré boli kedy vydané v elektronickej podobe. 300 organizácií z 39 odvetví zo 40 krajín prihlásilo svoje správy. Hlasovalo viac než tisíc užívateľov portálu.</p>	<p>Najlepšia správa: Vodafone Group Najlepšia prvá správa: Green Mountain Coffee Roasters Inc. Najlepšia správa medzi malými a strednými podnikmi: Green Mountain Coffee Roasters Inc. Zverejnenie uhlíkového dopadu: BMW AG Kreativita v komunikácii: Coca-Cola Enterprises Inc. Relevantnosť informácií: British Petrol Otvorenosť a úprimnosť: Bayer AG Kredibilita pomocou overenia: British Petrol</p>

Raporty Społeczne	Vyhlasovateľ: PWC, ACCA, FOB, CSR Consulting
<p>Trend oceňovania správ dorazil aj k našim severným susedom. V Poľsku je vyhlásený už druhý ročník súťaže (správy za rok 2007). Do prvého ročníka sa prihlásilo 17 firiem a ceny boli odovzdávané na každoročnej konferencii, ktorú organizuje Forum Odpowiedzialnego Biznesu v novembri.</p>	<p>Z dôvodu nízkeho počtu správ, ktoré boli vydané v Poľsku v roku 2006, bola udelená cena len v jednej kategórii. Víťazom sa stala spoločnosť Danone, Sp. Hodnotili sa kompletnosť, vierohodnosť a spôsob prezentovania správy pred odbornou komisiou.</p>

„Green Frog“ Award	Vyhlasovateľ: Deloitte
<p>Ocenenie známe tiež ako Central European Regional Environmental Reporting Award udeľuje spoločnosť Deloitte Maďarsko. Ocenenie bolo po prvý krát udelené v roku 2001. Nominovaných v poslednom ročníku bolo celkovo 25 správ. O víťazovi rozhoduje odborná porota. Napriek tomu, že sa súťaž v názve orientuje na celý región strednej Európy, nominované správy a aj víťazi pochádzajú len z Maďarska.</p>	<p>Víťazná správa: Atel-Csepel Vállalatcsoport Váha jednotlivých zložiek správy pri hodnotení: Obsah: Profil spoločnosti – 10 % Indikátory – 15 % Výkonnosť – 15 % Vízia a plán zlepšenia – 10 % Princípy reportovania: Relevantnosť a úplnosť – 15 % Spoľahlivosť a overiteľnosť – 10 % Porovnateľnosť – 10 % Jasnosť a celkový dojem – 15 %</p>

Czech Top 100	Vyhlasovateľ: Czech Top 100
<p>Cena za najlepšiu správu o zodpovednom podnikaní sa udeľuje od roku 2003. O víťazovi rozhoduje odborná porota a je jednou zo špeciálnych cien, ktoré združenie udeľuje za výročné správy.</p>	<p>Vítaz: Czech Coal Group Spoločnosť Czech Coal dominuje súťaži – vyhrala zatiaľ všetky ročníky, okrem prvého, ktorý vyhrala spoločnosť ČEZ.</p>

Situácia na Slovensku

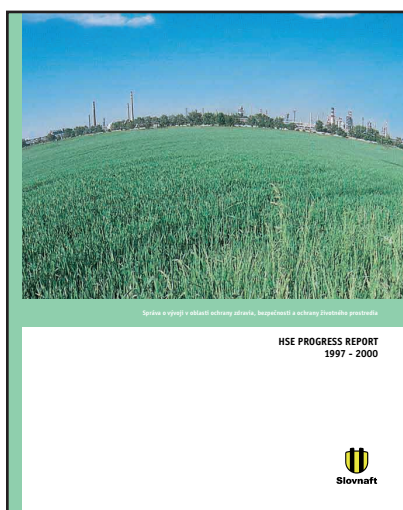
Správy o zodpovednom podnikaní nemajú na Slovensku dlhú tradíciu. Tak ako celé zodpovedné podnikanie, aj reportovanie o ňom bolo spočiatku založené hlavne na informáciách o filantropii. Postupom času sú tieto správy čoraz prepracovanejšie a údaje v nich podrobné a relevantné. Stále im však chýba zapojenie stakeholderov do ich prípravy.

Priekopníkom Slovnaft

Jednou z prvých firiem, ktoré nabrali odvalu a pustili sa do reportovania svojej zodpovednosti, bola spoločnosť Slovnaft.



Nezmenil sa len obal správy
ale aj obsah.



Ich prvá správa bola vydaná v roku 2001, zahŕňala roky 1997 až 2000, a bola zameraná hlavne na zamestnancov a vplyv firmy na životné prostredie. Zatiaľ poslednú správu vydala spoločnosť v októbri 2007, tá už pokrýva celú škálu oblastí: od filantropie až po spotrebu energií a ochranu životného prostredia. Neskôr sa k Slovnaftu pridali aj ďalšie spoločnosti ako napríklad U.S.Steel Košice (od roku 2001 – zameraná na životné prostredie), Orange Slovensko (od roku 2003 – Správa o spoločenskej zodpovednosti), Slovak Telekom (od roku 2005), či Provident

Financial (za rok 2006).

Pokračujú viacerí

Trend v písaní správ je však zjavný. Zvyšuje sa počet firiem, ktoré správy píšú a zvyšuje sa aj ich kvalita a rozsah. Najväčšie skúsenosti s písaním správ o zodpovednom podnikaní má Orange Slovensko, ktorý správy každoročne vydáva už od roku 2003. Tradíciu v písaní správ udržuje aj Slovak Telekom, ktorému v týchto dňoch vyšla v atraktívnom obale správa za rok 2007. Minulý rok sa

pridala aj VÚB banka, ktorá svojou druhou správou v poradí (za rok 2007) urobila výrazný krok vpred v kvalite. VÚB banka ju pripravila podľa Smerníc GRI (verzia G3) a je tak prvou takto pripravenou správou na Slovensku (úroveň B). Viacero firiem reportuje údaje pomocou týchto smerníc svojim materským firmám, avšak nevydávajú samostatnú správu za Slovensko.

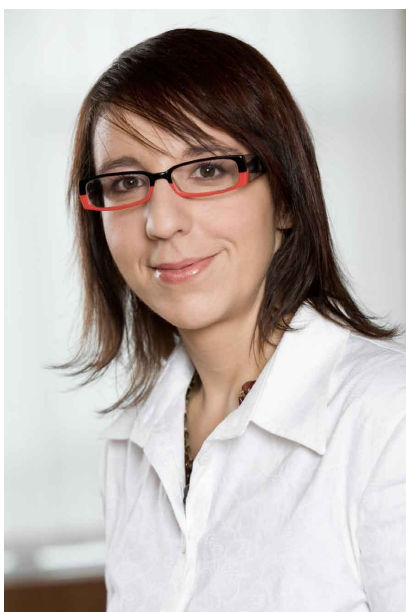
Overovanie správ na Slovensku

Na Slovensku sa správy o zodpovednom podnikaní externe overujú len zriedka. Výnimku tvoria správy Orange Slovensko 2003, 2004, 2005 (Skupina Orange), VÚB banka za roky 2006, 2007, Provident Financial za rok 2006 (Skupina Provident). V Českej republike sú to napríklad správy spoločností Plzeňský Prazdroj (overil Czech Donors Forum) alebo Czech Coal, ktorú overila spoločnosť KPMG. Tá však - podobne ako Nadácia Pontis na Slovensku (Správa o zodpovednom podnikaní VÚB banky za rok 2007) - overovala len rozsah použitia indikátorov Smerníc Global Reporting Initiative, a nie samotné údaje. Overovanie pridáva správe na kredibilitu a posilňuje dôveru stakeholderov vo vyhlásenia firmy.

Tému čísla pripravil Michal Kišša

Zástupcov firiem, ktoré publikujú svoje správy o zodpovednom podnikaní, sme sa spýtali na ich dôvody a benefity, ktoré v reportovaní vidia.

Slovnaft: Udržateľný rozvoj je kľúčová priorita



Kristína Félová, riaditeľka Podnikovej komunikácie

Prečo je pre Slovnaft dôležité mať takúto správu?

Trvalo udržateľný rozvoj je jednou z kľúčových priorít spoločnosti Slovnaft. Jeho súčasťou je aj transparentné informovanie partnerov, a preto je pre nás veľmi dôležité vydávať správu o trvalo udržateľnom rozvoji. Pomocou nej môžeme komplexne informovať o našich aktivitách v oblasti spôsobu riadenia podnikateľských aktivít integrujúcich ekonomické, sociálne a environmentálne aspekty s pozitívnym dopadom nielen na hospodárske výsledky, ale na celé relevantné okolie.

Uvažujete nad tým, že pri zostavovaní správy použijete niektorý z medzinárodných štandardov (napríklad Smernice GRI) alebo používate vlastné indikátory na meranie?

Spoločnosť Slovnaft, ako aj medzinárodná Skupina MOL, ktorej sme integrovaným členom, vydáva každoročne tzv. Sustainable Development Report – teda Správu o trvalo udržateľnom rozvoji, ktorej integrálnou súčasťou je aj spoločenská zodpovednosť. Údaje obsiahnuté v konsolidovanej správe za Skupinu MOL, vrátane údajov za Slovnaft, sú pripravené v súlade so Smernicami GRI (od roku 2003) a verifikované aj externým audítorom.

Orange: Meranie umožňuje skúmať biznis princípy v praxi

Skupina Orange je známa svojím pozitívnym prístupom k zodpovednému podnikaniu. Je pre vašu spoločnosť dôležité o svojich aktivitách aj informovať vašich stakeholderov?

S našimi partnermi (akcionármi, zamestnancami, zákazníkmi, regulačnými orgánmi, dodávateľmi, obchodnými partnermi či organizáciami v oblasti životného prostredia) komunikujeme otvorene a transparentne. Považujeme za dôležité komunikovať s nimi o našich aktivitách, aby sme zistili a vedeli naplniť ich očakávania voči nám. Jednou z foriem komunikácie je naša Správa o spoločenskej zodpovednosti, ktorú Orange Slovensko vydal ako prvý už v roku 2003 a vydáva každoročne.

Čo vám prináša pravidelný reporting? Sledujete si pomocou neho trendy a snažíte sa zlepšovať svoj vplyv na spoločnosť a životné prostredie?

Audit a reportovanie je neoddeliteľnou súčasťou celého programu CSR, keďže nám umožňuje sledovať, ako si v jednotlivých oblastiach počíname. Meranie umožňuje skúmať fungovanie a dodržiavanie biznis princíпов v praxi. V spolupráci so skupinou France Telecom sme v uplynulom roku úspešne implementovali nový softvérový nástroj, ktorý nám umožňuje efektívne zadávanie, kontrolovanie a vyhodnocovanie stanovených indikátorov spoločenskej zodpovednosti.



Natália Pavlová, Brand Communication Specialist

Pridajte sa k bratislavským dobrovoľníkom a zabavte sa na Trhovisku neziskoviek

Počas dvoch dní 12. a 13. septembra 2008 sa bude konať druhý ročník podujatia firemného dobrovoľníctva Naša Bratislava. Pre dobrovoľníkov je pripravených až 48 rôznych aktivít, od maľovania interiérov, cez stavbu útulku, natieranie výbehu pre tigricu Beátku, čistenie Kalvárie a mlyna Klepáč, až po personálne poradenstvo a tréning práce s MS Excel a MS Word.



Naša Bratislava

Kamil Procházka z Nadácie Horský park.

Po minuloročnom úspechu vám aj tento rok prinášame obľúbené aktivity ako umývanie okien, kosenie trávy, opravu detských ihrísk. Novinkou pre tento rok je stavanie panelákových búdok pre dáždovníka tmavého a čistenie pozemku okolo historického objektu mlyna Klepáč. Na vymaľovanie čaká aj príbytok tigra sumatranského v bratislavskej ZOO - aktivita je určená pre odvážnejších dobrovoľníkov. Pre milovníkov menších zvierat je pripravené venčenie psíkov a pomoc pri



Pomôcť do Detského domova Pohoda prišiel aj herec Lukáš Latinák Naša Bratislava 2007

lesoch odstraňovať nelegálne skládky odpadov, tí manuálne zručnejší aj obnovovať informačné panely. Na Kalvárii budú likvidovať porast a náletové kroviny. Svoje svaly preveríte pri čistení potoka Vydrica. Pri maľovaní lavičiek v Horskom parku si budete môcť oddýchnuť na lavičke, na ktorej sedával Alexander Dubček. „Som rád, že je tu projekt, ktorý spája komunitné organizácie a dáva verejnosti priestor pomôcť tam, kde to je naozaj treba,“ zdôraznil význam Našej Bratislavy

Kapacita dobrovoľníckych miest v jednotlivých aktivitách v 38 komunitných organizáciách sa blíži tisícke. Ideou podujatia Naša Bratislava je umožniť zamestnancom bratislavských firiem prejaviť spolupatričnosť a pre dobrú vec a verejný prospech darovať svoj čas a prácu. Umelecky nadaní dobrovoľníci si prídu na svoje pri maľovaní izieb, ale aj pri rozmiestňovaní sadeníc okrasných rastlín a stromčekov. Ochrancovia životného prostredia budú v bratislavských lužných



Eric Lemmens zo Citibank (Slovakia) a.s. pri obnove lavičiek v MC Prešporkovo Naša Bratislava 2007



Andrej Ďurkovský, primátor hlavného mesta SR Bratislavy
Keďže väčšinu môjho pracovného, a často aj osobného, času vyplňajú rokovania s rôznymi politickými a pracovnými partnermi, či pracovné stretnutia s mojimi spolupracovníkmi, je pre mňa veľmi príjemnou zmenou oboznámiť sa s prácou v úplne iných odvetviach a spoločensko-ekonomických oblastiach. Ako primátorovi mi, samozrejme, záleží na kráse, čistote, reprezentatívnosti nášho mesta a na kvalite života v ňom. Som preto veľmi rád, že sa do projektu zapojili nielen viaceré mestské organizácie, ale aj zamestnanci magistrátu ako dobrovoľníci.

rekonštrukcii útulku Slobody zvierat na Poliankach.

Trpezlivosť a trocha detskej hravosti – to sú vlastnosti dobrovoľníkov, ktorí sa rozhodnú robiť animácie pre deti. „Firemní dobrovoľníci nám pomôžu skrášliť Domček a my máme jedinečnú šancu prezentovať náš projekt novým klientom. Skvelý spôsob ako spojiť príjemné s užitočným,“ povedala Zuzana Tkáčiková z OZ Domček.

Aj tento rok je veľmi žiadané IT poradenstvo, personálne poradenstvo, PR a marketingové konzultácie. Kreativita bude nutná pri navrhovaní loga a komunikačných podkladov pre program pomoci utečencom či pri hľadaní nových priestorov a komunikácii aktivít kaviarne Radnička. „Pre rekonštrukciu Starej radnice sa bude kaviareň Radnička sťahovať. Zatiaľ nevieme kam. Hľadáme priestor a potrebujeme zdefinovať, aké sú príležitosti a hrozby, ak zmeníme miesto,“ povedala Viera Záhorcová z OZ



Magdaléna Vášaryová, poslankyňa NR SR
Nie som rodená Bratislavčanka, ale 43 rokov v Bratislave žijem. Veľmi vítam iniciatívu všetkých občianskych organizácií. Pomôcť skrášliť okolie, v ktorom sa každý deň pohybujeme, by malo byť samozrejmosťou - vždy kvitujem, keď sa ľudia rozhodnú celkom dobrovoľne a nezištne niekomu pomôcť. Aj preto veľmi rada priložím svoju ruku k dielu.

Inklúzia. Medzi humanitne orientované činnosti patrí darovanie krvi a zbierka šatstva pre útulok Mea Culpa.

Pre všetkých dobrovoľníkov, komunitné organizácie, ale aj pre širokú verejnosť je na sobotu pripravené Trhovisko neziskoviek. Dvadsaťsedem neziskoviek, výstava fotografií Svet v neslobode, divadelné predstavenia pre deti, tvorivé dielne, fair trade káva, preteky kačiek s Komunitnou nadáciou Bratislava, hip-hop a na záver Misha a Polemic. Toto všetko a veľa ďalšieho vás čaká 13. septembra 2008 od 13:00 hod. na Tyršovom nábreží. Tešíme sa na vás.



Mikola Shaker a bieloruský BAND_A, ktorý vystúpil v Pontis Aréne na Trhovisku neziskoviek počas festivalu Bažant Pohoda 2008

Monika Smolová

novinky zo sveta

CSR je vysoko v rebríčku hodnôt absolventov MBA

Nedávny prieskum medzi absolventmi MBA štúdia na Stanford University Graduate School of Business ukázal, že oblasť CSR sa dostáva vysoko v zozname hodnôt pri hľadaní svojho budúceho zamestnávateľa. Pre nastupujúcich biznis lídrov je prvoradé považovať svoje pracovné miesto za intelektuálnu výzvu, zatiaľ čo peniaze a lokalizácia zamestnania ostávajú spolu až na druhom mieste. Reputácia etického podnikania a dodržiavania pravidiel voči zamestnancom sú podľa respondentov tiež veľmi dôležité. Až 75% zamestnancov ich považuje za rovnako dôležité ako intelektuálnu výzvu a 95% ich dáva na rovnakú úroveň dôležitosti ako finančné ohodnotenie

viac: www.csreurope.org

Britské csreurope firmy znižujú emisie CO₂ pri transporte

Firmy produkujúce najpredávanejšie značky v britských supermarketoch sa rozhodli znížiť svoj environmentálny vplyv pri distribúcii svojich výrobkov. Asi 40 výrobcov potravín a nápojov podpísalo deklaráciu pre zelenší potravinový transport. Firmy ako Cadbury Schweppes, Weetabix Ltd a Premier Foods sa zaviazali rešpektovať 10-bodový zoznam na redukcii počtu a vplyvu najazdených míľ pri transporte svojich tovarov. Tento zahŕňa odporúčania ako maximálne vyťaženie kamiónov, minimalizáciu ich jász bez nákladu a využívanie železničnej a lodnej dopravy namiesto cestnej. Spoločnosť United Biscuits, producent populárnych McVities biscuits, už prezentovala prvé výsledky. Pri preprave tovaru ušetrili 2,7 milióna míľ v porovnaní s rokom 2005, čo bude do konca tohto roka znamenať úsporu 4700 ton CO₂.

viac: www.greenbiz.com

Bangladéš speňažuje PET odpady

Chudobní Bangladéšania si na živobytie privyrábajú recyklovaním plastových fliaš, čím vytvorili nové exportné odvetvie. Samotný Bangladéš v minulom roku vyviezol až 20 tisíc ton vložiek z PET fliaš vyrobených v 3 tisíc fabrikách po celej krajine. Toto odvetvie rastie každý rok 20 percentným tempom. PET vložky sa ďalej spracúvajú na vlákna a slúžia na výrobu výplní vankúšov, pri výrobe kobercov a postelnej bielizne.

viac: www.csreurope.org

Vo Švédsku testujú rýchlejšie, ale úspornejšie vlaky

Vo Švédsku začali testovať tzv. zelený vlak, ktorý dosiahne maximálnu rýchlosť až 295 km/h, pričom však je o 30% energeticky úspornejší ako bežné vlaky používané v Európe. Jeho výrobca ráta s jeho plnou prevádzkou od roku 2010 a tvrdí, že technologické a dopravné parametre si nevyžadujú zmenu existujúcej železničnej sústavy a koľají. Vysoká dopravná rýchlosť znamená úsporu času jazdy, ale vďaka novej technológii ECO4 prináša aj úsporu energie. Tá používa permanentný magnetický motor, pričom strojvodca bude disponovať riadiacim asistenčným systémom, ktorý mu bude poskytovať aktuálne informácie o rýchlosti a ťažnej sile motora, čím umožní efektívne využívanie energie počas jazdy.

viac: www.planet2025news.net

Účtovnícke firmy podceňujú svoje možnosti v pro bono oblasti

Podľa odvetvového magazínu Accountancy Age, účtovnícke profesie majú buď málo publicity alebo reálne málo využívajú svoje možnosti poskytnúť svoje služby pro bono v prospech svojich komúnit. Zatiaľ čo väčšina firiem v ostatných odvetviach sa aktívne angažuje v komunitných projektoch prostredníctvom svojich služieb ale aj zamestnancov a ich expertízy, magazín cituje odborníka z organizácie Business in the Community, ktorý tvrdí, že práve účtovnícke firmy častokrát podceňujú svoje možnosti, ktoré by mohli ponúknuť pre dobrovoľnícky a komunitný sektor.

viac: www.csreurope.org

Americké veľkomestá sa dohodli na meraní uhlíkovej stopy

Viac ako 20 amerických miest, medzi nimi aj New York, Las Vegas a Denver, sa dohodli na meraní svojej uhlíkovej stopy, systémom, ktorý presvedčil už 1300 firiem. Každé z miest bude merať emisie pri svojich komunálnych aktivitách, ako sú požiarne služby, polícia, vládne budovy, či odpadové hospodárstvo. Takisto budú hodnotiť množstvo emisií mesta ako takého. Prvý report by mal byť prezentovaný koncom októbra a celkové výsledky by sa mali zverejniť už januári.

viac: www.bitc.org.uk

kalendár

Corporate Responsibility and Governance

8.-10. október, Berlín, Nemecko

Konferencia bude pokrývať širokú škálu CSR tém s dôrazom na mechanizmy, inštitúcie, pravidlá a regulácie s ktorými jednotliví hráči diskutujú a rozhodujú o globálnych otázkach. Medzi spíkrami budú Michael Spence, nositeľ Nobelovej ceny za ekonomiku; Peter Eigen, zakladateľ Transparency International, a Mark Pieth, predseda protikorupčnej pracovnej skupiny OECD

Organizátor: The Institute of Management at the School of Business and Economics at Humboldt-Universität

Viac: www.cr08-berlin.de

Ethical Sourcing Forum Europe

2. október, Paríž, Francúzsko

Máte záujem posilniť vaše možnosti v dosahovaní cieľov v oblasti dodávateľského reťazca? Ak áno, pre vás je určený už štvrtý ročník konferencie o etickom prístupe k dodávateľom. Vystúpi zástupcovia firiem ako Marks & Spencer, The Gap Europe, LVMH, L'Oreal, Alcan, MeadWestvaco, The China Center, FLA, SNCF, WWF, FSC, CIES, Acona Ltd., CBSR, Open SRI. Témy sa týkajú hlavne udržateľného nakupovania, merania uhlíkovej stopy, reportovaniu procesu obstarávania a hodnotenia kvality dodávateľov.

Organizátor: Intertek Sustainability Solutions

Viac: www.csrwire.org

Fórum o firemnej filantropii

6. november 2008, Bratislava

Každá firma sa stretáva so žiadosťami o podporu pre charitu či na iný dobročinný účel; firmy by však mali svoje filantropické aktivity realizovať premyslenejšie a s väčším pozitívnym dopadom. Cieľom 1. fóra o firemnej filantropii je ukázať efektívne prístupy rozvíjania komunitného investovania na Slovensku i v zahraničí, ponúknuť množstvo konkrétnych príkladov a riešení, ako aj inovatívnych modelov firemného darčovstva, ktoré znásobuje dopad poskytnutých finančných prostriedkov a prináša spätné benefity i pre donora.

Organizátor: Nadácia Pontis

Viac: www.nadaciapontis.sk/fff