

## Editoriál

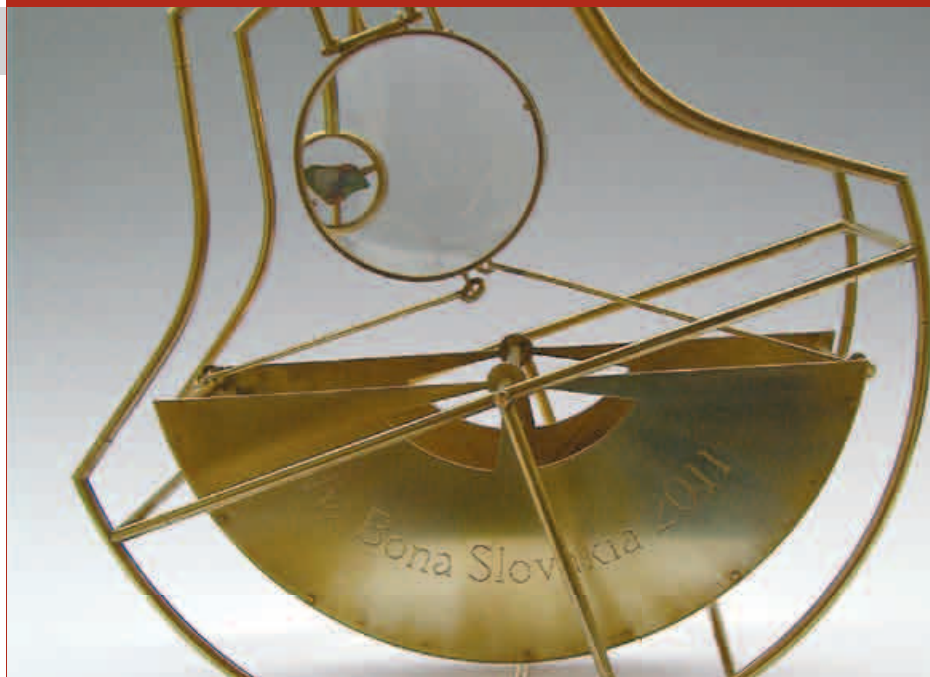
Rok 2011 bol rokom, keď nám svet okolo nás priniesol ekonomickú krízu, nedôveru voči euru, politikom, bankám. Hospodárska situácia však neznamenala menej dôrazu na oblasť zodpovedného podnikania (ZP). Práve naopak.

Dôležitou udalosťou roku 2011 bolo vydanie novej Európskej stratégie o ZP. Nová stratégia kladie dôraz na transparentnosť, napríklad si dáva za cieľ ošetriť oblasť klamlivého marketingu, chce, aby finančné inštitúcie informovali klientov o etických kritériách, ktoré využívajú pri požičiavaní peňazí. Komisia tiež neskrýva svoj záujem, aby firmy vydávali so svojimi finančnými správami aj správy o vplyve na spoločnosť a životné prostredie. Práve preto sme toto číslo venovali téme reportovania ZP. Vyzerá to tak, že sa mu skôr či neskôr firmy nevyhnu.

Rok 2011 bol aj rokom kedy firmy mohli naplno využívať normu ISO 26000 schválenú na konci roku 2010. Hoci táto norma nie je súčasťou žiadneho právneho rámca, predstavuje jeden z odporúčaných nástrojov Európskej komisie. Rok 2012 ukáže, či norma firmám môže pomôcť skvalitniť ich procesy v oblasti ZP.

Azda najväčšia udalosť, ktorá nás čaká v roku 2012 vo svete (okrem olympiády ☺), bude letná konferencia OSN o trvalo udržateľnom rozvoji pod názvom Summit Zeme Rio 2012. Bude zaujímavé sledovať, či sa stane ešte významnejším historickým medzníkom, ako bol Summit Zeme pred 20 rokmi, na ktorom sa prijal Rámcový dohovor OSN o zmenách klímy, ktorý sa v roku 1997 podarilo pretaviť do konkrétnych zmlúv – Kjótskeho protokolu ohraničujúceho emisie CO<sub>2</sub>.

# newsletter



Via Bona Slovakia 2011 štartuje - neváhajte a zapojte sa!

Ďalšie očakávané podujatie na konci roka bude 18. zasadnutie Klimatickej konferencie OSN v Katare: malo by sa venovať práve náhrade Kjótskeho protokolu, ktorého platnosť vyprší v roku 2012. Hoci na posledných konferenciách v Kodani, Cancúne a Durbane sa nedosiahol žiaden výrazný pokrok, mnoho ľudí verí, že sa tentokrát rétorika svetových lídrov posunie od vágnych záväzkov a prázdnych slov k skutočnej diskusii, ktorej záverom budú dôležité rozhodnutia.

Hoci náš vplyv na medzinárodné rozhodnutia je mikroskopických rozmerov, svoj účinok vo vzťahu k spoločnosti a životnému prostrediu by sme nemali podceňovať. Príležitosť aspoň trochu meniť veci máme ako zamestnanci, ale aj ako občania, spotrebiteľia a voliči. Ako povedal Gándhí: „*Buď zmenou, ktorú chceš vo svete vidieť.*“ To nám všetkým prajem v roku 2012.

Jana Ružická

## Obsah čísla

**2** Aktivity členov združení

Via Bona Slovakia 2011

**6** Téma čísla:  
Reportovanie o ZP

Prieskum

**10** Zodpovedné malé a stredné podniky

Klimatická zmena

**12** Zo sveta  
Kalendár podujatí

**4**

**8**

**11**

**Editor**

Michal Kišša  
michal.kissa@nadaciapontis.sk

**Redakčná rada**

Janka Ružická  
Lenka Surotchak  
Beata Hlavčáková  
Miroslava Prekopová

**Grafika, DTP a tlač**

Ing. Peter Juriga – Grafické štúdio  
Hraničná 18, 821 05 Bratislava  
www.g-studio.sk

**Vydáva**

Nadácia Pontis  
Zelinárska 2, 821 08 Bratislava 2  
www.nadaciapontis.sk  
pontis@nadaciapontis.sk

**Členovia BLF**



## aktivity členov združenia

# Hutníkom záleží na osude druhých



*Chod stánku zabezpečujú dobrovoľníci z radov zamestnancov a študentov, ktorých U.S. Steel Košice podporuje v štúdiu na vysokej škole. V stánku sa prezentovalo 18 neziskových organizácií.*

Celoročné dobročinné aktivity hutníckej spoločnosti vyvrcholili v decembri viacerými vianočnými podujatiami pre stovky detí i neziskové organizácie z východného Slovenska. Už od roku 2006 má firma na Hlavnej ulici otvorený charitatívny stánok U. S. Steel Košice, v ktorom od 5. do 22. decembra dáva príležitosť osemnástim neziskovým organizáciám prezentovať svoju činnosť širokej verejnosti. Organizuje tiež verejnú finančnú zbierku na ich ďalší rozvoj. Svoje aktivity a služby obyvateľom a návštevníkom Košíc predstavujú detské domovy, občianske združenia pre hendikepované deti a dospelých, vzdelávacie i ekologické organizácie.

Aj stromčeky prání majú medzi hutníkmi už svoju tradíciu. Už šiesty rok zo stromčekov prání v priestoroch fabriky berú kartičky so želaniami detí a tie im plnia. V tomto roku potešili 136 detí v Detskom domove sv. Klementa Hofbauera v Podolínci, Detskom domove na Uralskej ulici v Košiciach i deti

z desiatich košických rodín, ktoré žijú v sociálnej núdzi. Najčastejšie si chlapci a dievčatá želali hračky, kozmetiku, školské a športové potreby. Detské domovy dostali aj finančnú podporu vo výške 9 000 €, rovnakú sumu pre rodiny v ťažkej sociálnej situácii prevzala Arcidiecézna charita Košice. Stalo sa tak počas charitatívneho koncertu Stromček prání 9. decembra v Štátnom divadle Košice, kde bol oznámený aj výsledok predvianočnej zbierky hutníkov pre III. Klinikum pediatrickej anestéziológie a intenzívnej medicíny Detskej fakultnej nemocnice v Košiciach. Výťažok sa strojnosobil, keďže rovnakou sumou, akú dalo dohromady vyše osemtisíc hutníkov, prispeli i samotná firma a Nadácia U. S. Steel Košice. Riaditeľ Detskej fakultnej nemocnice Košice tak prevzal symbolický šek vo výške 96 132,18 €, ktoré toto zdravotnícke zariadenie využije na zakúpenie mobilného resuscitačného lôžka a rozšírenie kapacity detského anestéziologicko-resuscitačného oddelenia. «

# Slovak Telekom podporuje čítanie

Mladí ľudia by mali v školách viac čítať a kriticky myslieť. Deti dnes rady trávia čas pred obrazovkou. Aby nezabúdali ani na čítanie, ktoré obohacuje ich slovnú zásobu a zlepšuje prácu s textom, Nadačný fond Telekom podporil

sumou 40 tisíc € trinásť projektov – tie pomôžu deti pritiahnúť ku knihe s použitím moderných technológií. Vďaka grantu budú v ponuke na školách hodiny tvorivého písania, debatačná liga či súťaž o najlepší blogový príspevok. «

# ZSE zanechalo stopu aj na južnej pologuli



*Päťčlennú expedíciu tvorili: vedúci expedície Jaroslav Oršula, odborný garant František Kele, lekár Milan Šimunčíč, člen expedície Milan Supek a kameraman Michal Vasilko-Kele.*

Západoslovenská energetika podporila slovenský expedičný tím na ostrov Vava'u v juhozápadnom Pacifiku, kde pred 100 rokmi pozoroval M. R. Štefánik zatmenie Slnka. Dôkazom jeho prítomnosti na ostrove sú dva betónové podstavce, ktoré slúžili ako statív na pozorovanie zatmenia a znamenajú jedinečné kultúrne dedičstvo Slovákov na opačnom konci sveta.

Spomienkou na historickú udalosť pôsobenia slovenskej osobnosti na ostrove Vava'u sa stala pamätná tabuľa,

ktorú na mieste osadili členovia expedície. Tabuľa s logom Západoslovenskej energetiky symbolizuje uctenie si osobnosti M. R. Štefánika a na vršku Paris pripomína domorodým obyvateľom i cestovateľom historický a vedecký význam miesta a vzácnosť artefaktu. Repliku podstavca s vyrytým nápisom plánuje tím expedície umiestniť v priestoroch rodiska a Múzea M. R. Štefánika v obci Košariská. 3-dňovú výpravu organizoval pod záštitou Spoločnosti Milana Rastislava Štefánika bratislavský Športový klub IAMES. «



*Zamestnanci VÚB nakupovali výrobky chránených dielní.*

# Vianočné trhy vo VÚB

Osem chránených dielní prišlo so svojimi výrobkami na vianočné trhy vo VÚB, ktoré mali tento rok premiéru. Zamestnanci mohli priamo na pracovisku zažiť vianočnú atmosféru, ale aj pomôcť dobrej veci nákupom darčkových predmetov z produkcie chránených dielní z Bratislavy a regiónov. Pre deti zamestnancov bol pripravený špeciálny program. O úspechu začatej tradície svedčí aj fakt, že za dva dni sa predal tovar za vyše tisíc eur. «

# Novoročný dar pre Plamienok

Celkovo 3042,13 € venovali slovnaftári pri vstupe do náročného roka 2012 ako novoročný dar neziskovej organizácii Plamienok, ktorá umožňuje deťom – onkologickým pacientom liečbu v domácom prostredí a poskytuje psychologickú podporu ich rodinám. Väčšiu časť tejto sumy spolu venovali na Vianočnom charitatívnom trhu na darčeky a rôzne dobroty ručne vyrobené a napečené ich kolegyňami a kolegami. Finančný dar z Vianočného charitatívneho trhu bol zvýšený o sumu z predaja vstupeniek na divadelné predstavenie Prach v Štúdiu L+S. «

# Via Bona štartuje, nominujte sa

Na Slovensku podniká zodpovedne veľa firiem a nemálo z nich podporuje zaujímavé projekty. Za mnohými stoja silné príbehy, ktoré dokážu inšpirovať a motivovať ostatných. Mnohé z nich už preto v minulosti získali Via Bona Slovakia. Toto prestížne ocenenie každoročne udeľuje Nadácia Pontis tým najlepším, ktorí dokazujú, že v oblasti podpory zodpovedného podnikania a firemnej filantropie neexistujú žiadne hranice.

## Hlavné ceny pre veľkých i malých

Zodpovedné firmy a podnikateľov na Slovensku nadácia ocení už dvanásť raz. Svoje projekty v oblasti zodpovedného podnikania a firemnej filantropie, ktoré realizovali minulý rok, môžu nominovať do 16. februára v deviatich kategóriách. Hlavná cena pre veľké firmy zahŕňa prístup spoločnosti k zodpovednému podnikaniu a uplatňovanie jeho princípov v praxi. Hodnotiacu komisiu vždy zaujíma aj to, či ide o stratégiu prevzatú od materskej spoločnosti. Ak áno,

skúma, do akej miery ju firma prispôbuje slovenským podmienkam a rozvíja ďalej vlastnou cestou. Vzhľadom k rozdielnym rozpočtovým a personálnym možnostiam sú malé a stredné podniky posudzované odlišne. Kritériom Hlavnej ceny pre malé a stredné podniky preto nemusí byť komplexnosť, ale uplatňovanie princípov zodpovedného podnikania vo vybraných oblastiach.

Čestné uznanie v tejto kategórii dostalo minulý rok aj internetové knihkupectvo Martinus.sk za osobné nasadenie zamestnancov a chuť ísť vlastnou cestou. „Na ocenenie Via Bona Slovakia sme sa prihlásili, aby sme mohli porovnať náš pohľad na zodpovedné podnikanie s ostatnými a získali nové skúsenosti. Čestné uznanie bolo dôležitým ocenením nášho dlhoročného budovania vzťahov so všetkými ľuďmi, ktorí s naším internetovým knihkupectvom prichádzajú do kontaktu,“ povedal Martin Štrba, manažér spoločnosti.

## Koho oceňujeme

Ďalšími kategóriami v oblasti zodpovedného podnikania sú zelená cena, etická cena, cena za zodpovedný prístup k zamestnancom a cena za zodpovedné pôsobenie na trhu.

Poslednú menovanú získala minulý rok Tatrabanka za unikátny projekt hovoriace bankomaty. Banka ako prvá na Slovensku vytvorila v spolupráci s Úniou nevidiacich a slabozra-

## Via Bona Slovakia bližšie k malým a stredným firmám

Obdivujem michiganskú komunitu potravinových obchodíkov Zingerman's, ktorá poskytuje najlepší zákaznícky servis na svete. Zingermani vážne riešia každú sťažnosť. Po pol roku zákazníka sami vyhľadajú s otázkou, či je už spokojný s ich službami. Toto je prístup, ako sa sťažnosť premieňa na nadšenú priazeň! Nielen preto nazvali ekonomickí novinári Zingermanov „The coolest small company in America“. Cenou Via Bona Slovakia už 12 rokov oceňujeme takéto zodpovedné podnikanie aj u nás. Ani tu už zodpovednosť nie je témou len pre veľké firmy. Minulý ročník bol prelomový a nebolo ľahké vybrať víťaza z množstva skvelých malých firiem na Slovensku. Malí podnikatelia obvykle nemajú rozpočty a kapacity na budovanie CR stratégií. Ale firmy ako Martinus, Nera či I.Tran ukázali, že rozhodujúci je úprimný a poctivý prístup majiteľov a manažérov. Podnikateľicky, nadchnúť zamestnancov, vyrábať kvalitne, obsluhovať s úsmevom a rozvíjať okolie je krátkodobou náročnejšie. Ale dlhodobou je to úspešnejšia cesta.

Pavel Hrica



*Martin Štrba, manažér internetového knihkupectva Martinus.sk zanecháva stopu na obraze nepočujúcej výtvarníčky počas minuloročného galavečera Via Bona Slovakia.*



**Cenu Via Bona za zodpovedný prístup k zamestnancom si minulý rok prevzal Iwan Hoffmans z Orion Nova, ktorý zamestnáva odchovancov z detských domovov.**

kých na Slovensku sieť bankomatov s hlasovým výstupom. „Toto ocenenie veľmi rešpektujeme, pretože má snahu motivovať slovenské firmy k zodpovednému podnikaniu a následne o ňom informovať verejnosť. Prostredníctvom Via Bona Slovakia sme aj my chceli odprezentovať náš projekt, pretože ho považujeme za veľmi zmysluplný,“ uviedla Alexandra Rozborilová z oddelenia komunikácie a stratégie značky spoločnosti Tatrabanka.

V oblasti firemnej filantropie oceňujeme dlhodobý pozitívny vplyv firmy na spoločnosť, v ktorej pôsobí. V ďalšej kategórii sa hodnotí odvaha firmy podporiť náročnú tému. Príkladom z minulého roka je reklamná agentúra Creative Department, ktorá sa rozhodla bezplatne podporiť kampaň Staroba sa nás dotýka Nadácie Socia. Kategória zapájania zamestnancov do dobrovoľníctva bude tento rok o to zaujímavejšia, že rok 2011 bol Európskym rokom

dobrovoľníctva. Nezabúdame však ani na médiá a novinárov, ktorí sú v šírení myšlienky zodpovedného podnikania a filantropie dôležitým spojivom medzi svetom biznisu a verejnosťou.

## Stačí dobre vyplnený nomináčny hárok

Tak čo, presvedčili sme vás? Ak áno, stačí sa nominovať. Prihlasovací proces je jednoduchý a prebieha elektronicky. Stačí si vybrať vhodnú kategóriu a vyplniť nomináčny hárok. Každoročne nám niektorí spolu s nomináciou píšú, že „pri vyplňaní sme sa zapotili, ale máme to skompletizované a dalo nám to nové podnety na rozmyšľanie...“.

Firmy sa môžu nominovať aj do viacerých kategórií. Váš úspech závisí aj od kvalitne vyplneného nomináčného háarka, preto sme v tomto smere ochotní každú firmu nasmerovať a pomôcť jej.

Nominácie, ktoré splnia základné kritériá, bude ďalej hodnotiť nezávislá a odborná komisia, ktorá bude známa počas slávnostného galavečera. Ten sa tento rok uskutoční v symbolickom dvanástkovom dátume **12. apríla 2012**, na ktorom sa dozviete aj mená víťazov. Zatiaľ nebudeme prezrádzať, na čo sa môžu pozvaní hostia tešiť, ale určite nebudeme tuctoví! «

Lucia Borovská

Via Bona Slovakia  
Ocenenie za zodpovedné podnikanie a firemnú filantropiu



# Chcete patriť k najlepším? Zodpovedné firmy majú ocenenie

Nominujte sa aj vy do 16. februára 2012 **Via Bona Slovakia** [www.viabona.sk](http://www.viabona.sk)

Organizátor



Partneri



Mediálni partneri

Forbes

HOSPODÁRSKE NOVINY

TREND

Webnoviny.sk

Č. 1. T. A.



[zodpovednepodnikanie.sk](http://zodpovednepodnikanie.sk)

# Reportovanie o zodpovednom podnikaní

Čoraz viac firiem každoročne zverejňuje svoje správy o zodpovednom podnikaní. Majú za cieľ informovať čitateľov o tom, ako si firma počína v oblasti ochrany životného prostredia, starostlivosti o zamestnancov, podpory komunity či v oblasti vzťahu k dodávateľom. Čo je v tejto oblasti nového? Reportingu, resp. písaniu správ o zodpovednom podnikaní sme venovali tému tohto čísla.

## Čo to je správa o ZP?

Väčšina bežných spotrebiteľov, prípadne zamestnancov firiem ani nevie, že veľké množstvo spoločností musí každoročne vydávať správy o hospodárnej firme.

Tieto informácie však nie sú určené pre každého. Dobré sa v nich orientujú finanční analytici, burzovní makléri, šéfovia veľkých firiem či bankári. To, koľko

banka predala dlhopisov alebo aké vysoké má firma aktíva, nie až tak každého zaujíma. Bežného zamestnanca zaujmajú iné veci.

Napríklad ženy zamestnané vo firme môže zaujímať, či za tú istú prácu dostávajú takú istú mzdu ako muži. Okolité komunity sa chce dozvedieť, či firma v budúcom období plánuje rozširovanie svojej fabriky alebo či už konečne prestane byť v jej okolí

tak prašno. Všetky tieto informácie by sa mali dozvedieť zo správy o zodpovednom podnikaní firmy. Správa by mala pokrývať výkonnosť firmy práve v týchto nefinančných ukazovateľoch. Samozrejme, súčasťou správy sú aj ekonomické údaje, ale v obmedzenejšej miere, pričom sú vyvážené s informáciami o vplyve firmy na životné prostredie a spoločnosť.

## Čo by mala správa obsahovať?

V správe by mali čitatelia nájsť to, čo ich najviac zaujíma. Preto je vhodné si pred samotným výberom tém zistiť, aké majú naši partneri očakávania. Na ich základe by mala byť potom postavená správa. Okrem ekonomických otázok by sme nemali zabúdať na témy z oblasti ochrany životného prostredia, ako napr. nakladanie s odpadmi,

## Radi by ste napísali správu o zodpovednom podnikaní a nevíete ako?

Nadácia Pontis sa stala Certifikovaným školiacim partnerom GRI. Poskytujeme školenia pre firmy o tom, ako kvalitne a v súlade so Smernicami GRI napísať správu o zodpovednom podnikaní.

### Čo školenie obsahuje?

- 16-hodinové školenie vrátane záverečného testu
- Prípadové štúdie zo Slovenska a zo sveta

- Postup, ako krok za krokom postupovať pri diskusiách so zainteresovanými stranami
- Ako vybrať témy pre správu?
- Zber údajov a monitoring
- Zverejnenie správy

V prípade záujmu o školenie vo vašej firme kontaktujte:

[cr@nadaciapontis.sk](mailto:cr@nadaciapontis.sk)



*Správa o zodpovednom podnikaní spoločnosti Orange Slovensko za rok 2010.*

### **Ján Bača, U. S. Steel Košice:**

*Vzájomná informovanosť je základom porozumenia a dobrého partnerstva. Aj prostredníctvom správ o firemnej zodpovednosti informujeme zamestnancov, zákazníkov, dodávateľov a ďalších partnerov o našich hodnotách, princípoch a aktivitách, zameraných na rozvoj nášho podnikania a jeho dosah v regióne. Zároveň tak s nimi i so širokou verejnosťou otvorene zdieľame aj naše poznatky a skúsenosti.*

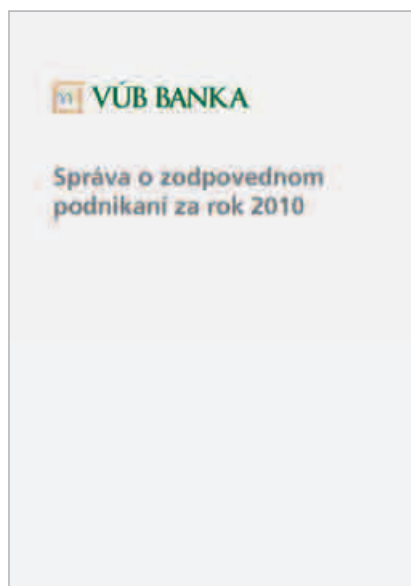
*Príprava CSR správy v podmienkach tak veľkej firmy, ako je naša, vyžaduje najmä dobrú spoluprácu a koordináciu pri zbere a finalizácii dát v prirodzene viac kultúrnym slovensko-americkom prostredí.*

emisie skleníkových plynov, spotreba nerastných surovín, energie a vody a v neposlednom rade ochrana biodiverzity. Informácie o sociálnej oblasti sú tiež dôležité. Nemali by sme zabudnúť na témy ako napr. starostlivosť o zamestnancov, BOZP, kolektívne vyjednávanie, etika, boj proti korupcii, reklama a komunikácia a ďalšie. Tém je neúrekom, treba si len vybrať.

Správa by mala popisovať to, čo sa udialo za tzv. reportovacie obdobie. Je to časový úsek od vydania poslednej správy až po súčasnosť. Najčastejšie firmy reportujú v ročných cykloch, nezriedka však aj v dvoj- či trojročných. Pre porovnanie je dobré, ak sa údaje zverejnia tak, aby ich bolo možné porovnať s výkonnosťou v predchádzajúcom roku. Dajú sa takto sledovať trendy a zistiť oblasti, v ktorých je potrebné viac zapracovať a zlepšiť sa. Jasne by mal byť stanovený spôsob zberu údajov alebo výpočtu a tento spôsob by sa mal používať stále – práve preto, aby bolo možné porovnanie medzi reportovacími obdobiami.

Vo svete existuje viacero návodov, ako pripraviť správu o zodpovednom podnikaní. Najrozšírenejším sú Smernice Global Reporting Initiative. Najnovšia verzia G3.1 je dostupná zdarma a Smernice môže na napísanie správy

vy použiť každá firma či organizácia. K Smerniciam je vydaných niekoľko návodov špeciálne pripravených pre jednotlivé druhy podnikania – napríklad pre ťažobný priemysel alebo pre banky. Návod je veľmi podrobný a údaje, ktoré firmy pomocou smerníc uvedú, je možné jednoducho navzájom porovnávať. Smernice využíva niekoľko tisíc firiem po celom svete.



**VÚB banka je jedinou finančnou inštitúciou na Slovensku, ktorá reportuje podľa Smerníc G3.**

## **Aký formát zvolit'?**

V ére internetu a elektronických médií je zbytočným mrhaním papiera správy o zodpovednom podnikaní tlačit'. Jednoduchšou a lacnejšou cestou, ako dostať správu k čitateľom, je zverejniť ju elektronicky. Najlacnejšie, ale aj najhoršie je dať na web dokument PDF. Nevýhodou je nemožnosť interaktivity a okamžitej spätnej väzby. Firma, ktorá správu píše, tak prichádza o cenné názory čitateľov. Lepším riešením je vytvorenie špeciálnej aplikácie alebo interaktívnej webovej stránky, na ktorej budú logicky a jednoducho prístupné informácie o výkonnosti firmy. V takomto formáte sa dajú využiť videá, interaktívne grafy a je možné vypýtať si od čitateľov okamžitú spätnú väzbu.

## **Novinky v reportovaní**

Jedným z nových trendov je takzvané integrované reportovanie. Firma teda



**Správu o ZP za rok 2010 má aj Slovak Telekom.**

už nepripravuje dve samostatné správy, ale jednu, v ktorej sú zahrnuté všetky povinné finančné informácie a zároveň ukazuje výsledky firmy v oblasti ochrany životného prostredia a jej vplyv na spoločnosť. Tým sa dostáva reportovanie o týchto nefinančných výsledkoch na rovnakú úroveň a ukazuje, že firma nie je primárne zameraná len na zisk, ale cieľom jej existencie je aj pozitívne pôsobiť na okolie, prinášať inovácie či dávať prácu zamestnancom.

Samozrejmosťou pri väčších firmách je aj overenie ich správ nezávislým audítorom. Tak, ako dôveryhodnosť finančných správ zvyšuje overenie výsledkov hospodárenia finančným auditom, tak aj výsledky v ostatných oblastiach je dobré overiť. Ukazujeme tým, že nám na pravdivých výsledkoch záleží. «

### **Ján Orlovský zo spoločnosti Západoslovenská energetika:**

*Zverejňovanie relevantných aspektov podnikania skupiny ZSE ostáva aj naďalej medzi našimi ambíciami prispievať k formovaniu zodpovedného správania medzi firmami na Slovensku.*

*Interné prieskumy úspešných a progresívnych firiem dokonca ukazujú, že zodpovedne pôsobiacim firmám na trhu sa darí priťahovať a udržať si zamestnancov, o ktorých majú záujem a zostať aj v podmienkach ekonomickej krízy dôveryhodným partnerom svojich stakeholderov.*

# Progresívne projekty v oblasti reportovania ZP

Rok 2011 bol z hľadiska reportovania zodpovedného podnikania veľmi úrodným, nakoľko svetlo sveta uzreli viaceré zaujímavé dokumenty a projekty. Jedným z nich je určite Medzinárodný výskum reportovania o zodpovednom podnikaní z dielne KPMG a nepochybne významným je aj spustenie databázy správ o ZP od Global Reporting Initiative (GRI), ktorá zverejňuje údaje o udržateľnom podnikaní, environmentálnej a sociálnej transparentnosti vyše 3000 spoločností z celého sveta. A práve týmto projektom sú venované nasledujúce riadky.

## Prieskum KPMG

V súčasnosti čoraz viac firiem objavuje skutočnú hodnotu reportovania o zodpovednom podnikaní ako nástroja, ktorý nielen vylepšuje firemný imidž, ale najmä podnecuje inovatívnosť, vzdelávanie a prispieva k zvyšovaniu finančnej hodnoty firiem. Na druhej strane sa spoločnosti, ktoré s reportovaním ešte nezačali, ocitajú pod tlakom, ako si zachovať svoju konkurencieschopnosť v spoločenskom kontexte. Začínajú si uvedomovať, že sa pripravujú o možnosť profitovať z reportovania, ktoré so sebou prináša lepšiu reputáciu na trhu spoločne s priamym šetrením nákladov.

Medzinárodný prieskum o reportovaní zodpovedného podnikania 2011 je prvým zo série troch prieskumov, ktoré v tejto oblasti robí spoločnosť

KPMG. Tvorcovia štúdiu označujú za najrozsiahlejší a najzrozumiteľnejší prehľad trendov reportovania, ktorý bol kedy zverejnený. Zahŕňa 3 400 spoločností na popredných priečkach trhov v 34 krajinách po celom svete vrátane 250 globálnych spoločností z rebríčka Fortune Global 500. Spoločnosť analyzovala vývoj reportovania zodpovedného podnikania v 16 oblastiach a vytvorila model hodnotenia výkonu firiem. Súčasťou prieskumu bolo aj Slovensko. Prinášame vám výsledky jednej zo spomínaných oblastí:

Medzi lídrov hodnotených krajín prieskumu z hľadiska vyspelosti v reportovaní a kvality komunikácie zodpovedného podnikania patria poväčšine západoeurópske krajiny, ktoré sa touto témou zaoberajú už vyše desaťročia. Dopĺňa ich Austrália, Taiwan a India, pričom práve India je

pozoruhodným príkladom – hoci má nízky počet reportujúcich spoločností, sú dôsledné a vykazujú precízny prístup k správe a kontrole.

Slovensko patrí medzi krajiny, ktoré takpovediac intenzívnejšie „privoňali“ k reportovaniu zodpovedného podnikania a spoločnosť v skupine im robia napríklad aj Spojené štáty americké, Kanada, Japonsko alebo Čile. Prieskum ukazuje, že sa obe časti Ameriky sústreďia viac na komunikáciu ako na procesy zodpovedného podnikania. Nerovnováha medzi reportovaním a skutočnou implementáciou môže predstavovať ohrozenie reputácie. Rastúce hospodárstva a chudobnejšie krajiny zas danej problematike nevenujú dostatočnú pozornosť, stále sa len oboznamujú s výhodami, ktoré reportovanie ponúka. Spoločným menova-



**Na Slovensku reportujú len tie najväčšie firmy.**

teľom týchto krajín je však náchylnosť nespĺňať záväzky a ciele vyplývajúce z reportov, napriek komunikácii cez viaceré kanály.

Ďalšia skupina obsahuje len dve krajiny – Južnú Kóreu a Čínu, ktoré sú na dobrej ceste, hoci je potrebné posilniť oblasť vierohodnosti a reputácie prostredníctvom komunikácie o zodpovednom podnikaní. A napokon krajiny ako Južná Afrika, Mexiko, Rusko, ale aj Fínsko či Dánsko prieskum zaradil do takzvaného zaostávajúceho kvadrantu s nízkou úrovňou komunikácie aj implementácie procesov v porovnaní s lídrami.



*Správu o trvalo udržateľnom rozvoji vydáva aj Holcim Slovensko.*

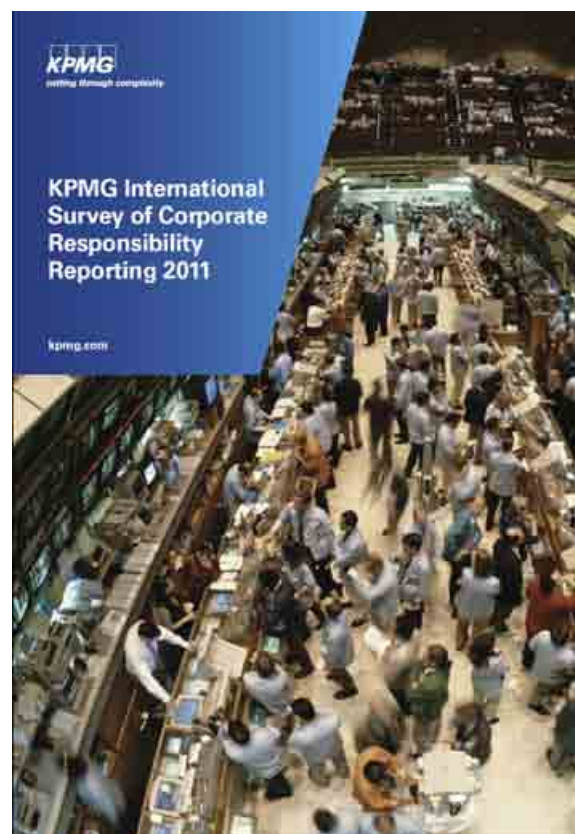
## Databáza správ o zodpovednom podnikaní

Nespočetné množstvo neprehľadných údajov o udržateľnosti v tisíc-kach správ podnietilo organizáciu GRI pripraviť databázu, ktorá od novembra minulého roku vyhľadávanie informácií uľahčuje. Na čo sú tieto údaje dobré? Žijeme v dobe, keď priemerne 80% hodnoty spoločností predstavuje nehmotný majetok, ako napríklad dôvera zákazníka alebo hodnota značky. Nová databáza umožňuje spoločnostiam, investorom, analytikom a iným zadarmo porovnávať a analyzovať údaje zo správ, na základe ktorých získajú lepší obraz o stratégii udržateľnosti konkrétnej firmy, o jej výkone, dlhodobej životaschopnos-

ti a vplyvoch na životné prostredie a spoločnosť. Tieto informácie im samotné finančné údaje neposkytnú. Používatelia majú možnosť porovnať úroveň transparentnosti spoločností podľa odvetvia, veľkosti a miesta pôsobenia. Pre spoločnosti samotné je to zároveň dobrý nástroj spätnej väzby na ich správy a výkon.

V databáze môže svoju správu uverejniť akákoľvek firma. Na tvorbe databázy sa podieľala spoločnosť KPMG Španielsko a je dostupná v anglickom a španielskom jazyku. Obsahuje správy využívajúce štandardy GRI alebo iné postupy. Taktiež tu nájdete referencie od rôznych organizácií vrátane ISO, OECD, UN Global Compact a Carbon Disclosure Project. Organizácia GRI má v pláne rozšíriť rozsah a hĺbku dátovej zbierky a časom zvýšiť analytickú funkčnosť databázy. Nájdete ju na <http://database.globalreporting.org/>

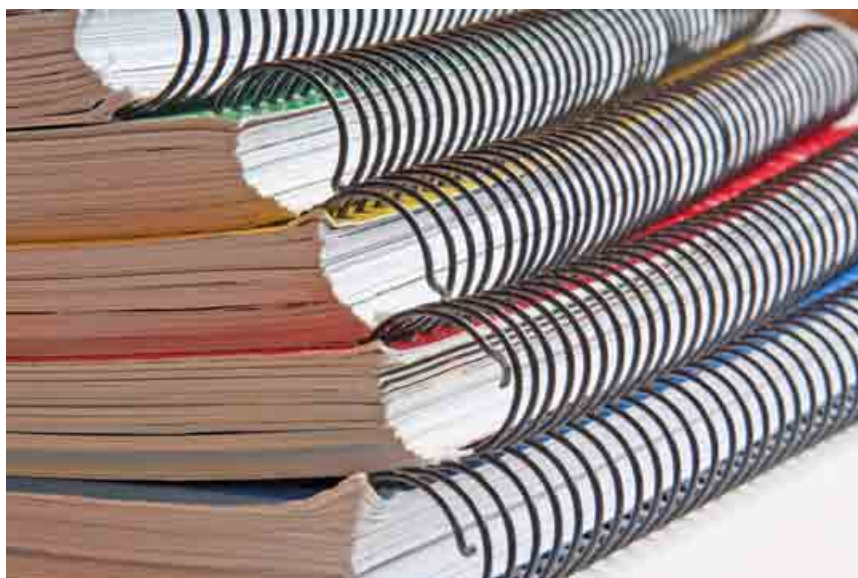
Prieskum od KPMG a nová databáza GRI predstavujú dva veľké kroky vo vývoji reportovania a zodpovedného podnikania ako takého. Poukazujú na skutočnosť, že táto téma čoraz viac reálne preniká do sveta biznisu, kde nachádza svoje trvalé miesto. Kým prieskum načrtáva cestu, ktorú reportujúce firmy rôznych krajín prešli, a definuje ich rozvojové stránky, databáza predstavuje účinný nástroj firemnej sebareflexie, prináša možnosť porovnať sa konkurenciou a zistiť si



*Prieskum reportovania ZP je užitočným zdrojom informácií.*

cenné informácie o udržateľnosti iných firiem, pričom používateľom významne uľahčuje analýzu údajov.

Prieskum KPMG je na stiahnutie k dispozícii na adrese <http://www.zodpovednepodnikanie.sk/prieskumy/kpmg-ma-na-konte-unikatny-prieskum/> «



*Databáza správ o zodpovednom podnikaní uľahčuje prácu s dátami tisíciek reportov...*

# Reportovanie ZP pre MSP?

Keď som minulý rok sedela na čaji v kaviarničke na londýnskom letisku, s prekvapením som si prezerala ich nápojový lístok. Okrem ponuky biočajov a fair-trade kávy hovoril o tom, čo je pre majiteľov a pracovníkov kaviarničky dôležité – snaha ponúkať zdravé produkty, o férových cenách pre ich dodávateľov, informoval, že separujú odpad a prispievajú na charitu v okolí kaviarne. Majitelia využili túto „súčasť vybavenia“ kaviarne ako komunikačný nosič, aby informovali svojich zákazníkov o hodnotách, prioritách a zásadách, ktorými sa pri podnikaní riadia – de facto reportovali o svojom zodpovednom podnikaní.



*Aj čajová škatuľka môže informovať o našich zásadách v podnikaní.*

Reportovanie malých a stredných podnikov nie je však vo svete úplne bežné. Malí a strední podnikatelia (MSP) na Slovensku, ktorí implementujú zásady zodpovedného podnikania (ZP), tak robia preto, lebo sú presvedčení, že tak je to správne a je to v súlade s ich hodnotami. Nepovažujú ale, ako nám vyšlo z kvalitatívneho prieskumu, za dôležité o tom hovoriť, naopak majú obavy, aby to nebolo považované za „vypočítavú“ marketingovú reklamu. Niektorí si dokonca myslia, že ak niekto robí dobro, nemal by o tom hovoriť.

Napriek tomu prináša komunikácia o aktivitách ZP množstvo pozitív nielen veľkým firmám, ale aj MSP. Výhody komunikácie o ZP: zlepšenie reputácie firmy, zvýšenie motivácie zamestnancov, zlepšenie vzťahov s okolitou komunitou a zvýšenie spokojnosti zákazníkov a celkovo zlepšenie vzťahov s partnermi.

## Ako začať?

Najprv je vhodné urobiť si malú revíziu toho, čo všetko v ZP robíme a čo je pre nás zásadné. Pomôže nám to uvedomiť si, čo je pre nás zásadné, a zadefinovať si záväzok či prísľub pre ZP. Ďalej by sme si mali povedať, kto je naša cieľová skupina, s kým chceme komunikovať: s našimi zákazníkmi a dodávateľmi, s miestnou komunitou a médiami, s podnikateľskými združeniami; a o čom budeme s ktorou skupinou komunikovať. Majme na pamäti, že každú skupinu najviac zaujíma to, čo sa jej týka, napr. komunitu bude zaujímať, že podporujete mladých športovcov alebo že vaši zamestnanci dobrovoľníčia pri upratovaní miestneho parku. Rozhodnime sa, aké komunikačné nástroje by boli pre ktorú skupinu najvhodnejšie. Ich škála je veľmi široká: môžu to byť stretnutia, brožúry a kata-

lógy, reklama a tlačové správy, ale aj obaly vašich výrobkov. Veľmi účinne poskytne informácie o vašich zásadách a aktivitách ZP vaša webstránka.

Najdôležitejšou skupinou, s ktorou by sme mali o hodnotách a aktivitách ZP komunikovať, sú naši zamestnanci. Môže to byť na pravidelných stretnutiach zamestnancov, na plagátoch s hodnotami firmy, v mailoch atď. Ideálne je ich do aktivít a komunikácie o ZP zahrnúť a umožniť im prichádzať s nápadmi, napr. cez schránky návrhov. Informujme partnerov – najmä tých, ktorí majú záujem – pravidelne a urobme z komunikácie o ZP súčasť našej firemnej komunikácie. A tí, ktorým sa to zapáči a osvedčí, sa môžu pustiť do samostatného reportu o ZP.

Beata Hlavčáková



# Klimatická zmena v médiách

Klimatická zmena predstavuje realitu našej doby, jej vplyvy sú čoraz viditeľnejšie a extrémnejšie, a predsa sa o nej dozvedáme čoraz menej informácií. Klesajúci trend mediálneho pokrytia tejto problematiky možno v súčasnosti pozorovať prakticky na celom svete.

Hustý sneh v Indii alebo teplé zimy tam, kde bolo obvyklé odhŕňať vysoké nánosy snehu, masívne požiare, extrémne suchá. Hoci je problematika klimatických zmien známa pomerne dlho, stále sa nájdu mnohí, čo si pod nimi predstavujú, že raz u nás, dokonca aj na celom svete vôbec nebude zima.

Z tohto a iných omylov nás môžu vyvieŕť kvalitné a najmä častejšie reportáže a správy o klimatických zmenách. Rovnako nám môžu pomôcť k zmene našich návykov na tie „zelenšie“. Námetov je nespočetné množstvo, avšak reportéri siahli doposiaľ len po malom zlomku okamžitých alebo potenciálnych vplyvov na ľudí, ekosystémy, vlády, hospodárstva a podobne.

Podľa analýzy portálu DailyClimate.org kleslo v roku 2011 mediálne pokrytie klimatickej zmeny v USA o 20% v porovnaní s predchádzajúcim rokom a o 42% v porovnaní s rokom 2009. Paradoxné je, že práve v roku 2011 sa udialo niekoľko najzávažnejších a najextrémnejších udalostí z hľadiska počasia – rozsiahle lesné požiare v Arizone alebo záplavy v Austrálii boli klimatológmi pripísané práve klimatickej zmene. Navyše z pohľadu škôd na majetku bol rok 2011 najničivejším.

Spolu s článkami a reportážami klesol aj počet reportérov, ktorí sa téme venovali. Podľa spomínanej štúdie ich bolo v roku 2009 viac ako 11 000, v nasledujúcom 8 700 a v roku 2011 ich ostalo približne 7 100. Priamym dôsledkom „mediálneho stíšenia“

je pokles záujmu verejnosti a riziko prehĺbenia skeptických postojov voči téze, ktorá spája klimatické zmeny s ľudskou činnosťou.

Čo sa týka Slovenska, ani zďaleka nemožno hovoriť o dostatočnom pokrytí tejto problematiky, a teda mainstreamových reportážach, ktoré by priamo spájali extrémny v počasi

s klimatickými zmenami a ich príčinami. Dokonca je to jedna z oblastí, v ktorej zaostávame vo veľkom. Avšak ako jednotlivci, a tiež prostredníctvom našich firiem, dokážeme vytvoriť dopyt po daných správach. Ak priaznivú zmenu nepodnietia médiá, pokúsiť sa môžeme my... «



*Kým svet skúšajú katastrofy, médiá stíchli. Kam zmizol ich záujem o klimatickú zmenu?*

## Zo sveta

### Nestlé partnerom Fair Labor Association

Spoločnosť Nestlé ako prvá v potravinovom odvetví nadviazala partnerstvo so združením Fair Labor Association (FLA) s cieľom zistiť, či na kakaových plantážach, ktoré zásobujú závody Nestlé, nepracujú deti. Spomínané združenie je neziskovou organizáciou, ktorá spája viacero zainteresovaných subjektov a spolupracuje s významnými firmami na zlepšovaní pracovných podmienok v rámci ich dodávateľských reťazcov.

FLA vyšle nezávislých odborníkov na Pobrežie Slonoviny, aby preskúmali dodávateľov kakaa spoločnosti Nestlé. V oblastiach, kde bol zistený výskyt detskej práce, zistí hlavné príčiny a odporučí spoločnosti, ako ich trvalým a udržateľným spôsobom riešiť. Hodnotenie a výsledky budú známe na jar 2012 a následnou úlohou neziskovej organizácie bude poskytovať odborné poznatky a konkrétne kroky, ktoré pomôžu zaistiť väčšiu účinnosť a transparentnosť úsilia Nestlé o zamedzenie detskej práce.

### Spoločnosť HP priebežne prvá na ceste k zelenej elektronicke

Spoločnosť HP zasadla na priebežnú prvú priečku zoznamu výrobcov elektroniky s názvom *Guide to Greener Electronics*, ktorého cieľom je dosiahnuť šetrnosť elektroniky voči životnému prostrediu. Projekt zastrešuje portál [greenpeace.org](http://greenpeace.org), ktorý podrobne spracúva údaje o výkone a činnosti najväčších výrobcov.

HP za sebou síce nechala celý rad spoločností, ktoré si tiež polepšili, avšak ani jej cesta sa ešte nekončí. Spoločnosť sa stala lídrom v rámci nových kritérií trvalo udržateľných operácií, ktoré zahŕňajú manažment dodávateľského reťazca. Má najlepší program na meranie a znižovanie emisií skleníkových plynov, dostala maximálny počet bodov za svoju detailnú politiku obstarávania. Spoločnosti HP sa výrazne darí aj v politike a praxi v oblasti zásobovania konfliktnými minerálmi a vo zverejňovaní dodávateľov. Jediné operačné kritérium, v ktorom trošku pokrívava, je elektronický odpad, kde potrebuje rozšíriť svoj tzv. take-back program pre spotrebiteľov v krajinách bez príslušnej legislatívy a zlepšiť sa v reportovaní svojich dát.

### Chevrolet obnovuje národný les v Colorade

Po rozsiahlych požiaroch v roku 2003 boli časti národného lesa San Juan v Colorade úplne zničené. Spoločnosť Chevrolet a Nadácia národných lesov spojili svoje sily a plánujú vysadiť 100 000 stromov, aby tak lesu pomohli s regeneráciou. Nielenže tak pomôžu vyčistiť vzduch, ale projekt poskytne aj vedľajšie výhody, ako napríklad čistejšiu vodu a rekreačné možnosti. Bez vonkajšej pomoci by sa les nepodarilo obnoviť, najmä vinou nedostatku financií. Projekt je tiež súčasťou záväzku znižovania CO<sub>2</sub>, ktorý si spoločnosť stanovila, a sústredí sa na 100 hektárov postihnutej plochy. Tá bude priebežne sledovaná 100 rokov.

Svojimi projektmi sa spoločnosť Chevrolet snaží naplniť chvályhodný cieľ – znížiť emisie približne o toľko, koľko bolo vyprodukovaných emisií za rok 2011 prostredníctvom 1,9 milióna vozidiel predaných medzi novembrom 2010 a decembrom 2011. Navyše za každý virtuálny strom, ktorý vysadíte na svojom facebookovom profile tento rok, vysadí spoločnosť skutočný strom, až po pozoruhodné číslo 175 000.

Viac sa dočítate na [www.zodpovednepodnikanie.sk](http://www.zodpovednepodnikanie.sk)

## Kalendár podujatí

9. február 2012 – Londýn

### Konferencia o udržateľných dodávateľských reťazcoch

Po minuloročnej úspešnej konferencii o novej ére udržateľného verejného obstarávania usporiada organizácia Action Sustainability ďalšie významné podujatie so zameraním na najväčšie výzvy týkajúce sa dodávateľských reťazcov. Program zahŕňa vystúpenia rečníkov z organizácií a firiem ako napríklad Adidas, Skanska, Marks & Spencer a podobne, ktorí sa podelia o svoje skúsenosti s dodávateľmi. V prípade záujmu o materiály neváhajte napísať na [kim@actionsustainability.com](mailto:kim@actionsustainability.com)

1. – 2. marec 2012 – Viedeň

### Európsky kongres diverzity a inklúzie (EDIC)

Európsky kongres diverzity a inklúzie sa zameriava na komplexné výzvy, možnosti a vplyvy dnešnej globálnej a regionálnej diverzity a inklúzie na firmy. Zároveň je toto popredné podujatie miestom, kde sa stretnú medzinárodní CEOs, personálni a CSR manažéri, experti na problematiku diverzity a inklúzie, výskumné inštitúcie, médiá a tiež predstavitelia vládnych a mimovládnych organizácií. Viac informácií nájdete na stránke organizátora: [www.diversityleadership.eu](http://www.diversityleadership.eu)

2. marec 2012 – Londýn

### Ocenenia za udržateľné podnikanie

Ocenenia za udržateľné podnikanie organizované známym anglickým periodikom The Guardian sa budú odovzdávať už po druhýkrát, pričom pôjde o „prehliadku“ najinovatívnejších firemných iniciatív v oblastiach energetickej nezávislosti, manažovania vodných zásob alebo komunikačnej udržateľnosti a spoločenského vplyvu. Ocenené firmy sa stanú výborným zdrojom inšpirácie.