

CSR a udržitelný rozvoj v podnikání – **proč, co a jak?**

Zavedení CSR
(společenské odpovědnosti)
u firem na Praze 1

Společný projekt
Hospodářské komory Praha 1
a společnosti Flagship CSR Consultancy,
uskutečněn za podpory
Městské části Praha 1



HOSPODÁŘSKÁ KOMORA
PRAHA 1



MĚSTSKÁ ČÁST
PRAHA 1

 **flagship**



Obsah

1. CSR a odpovědné podnikání 4
2. Důvody pro – výhody a povinnost . . 5
3. Jak CSR ve firmě zavést? 8
4. Příklady dobré praxe 10
5. Zapojte se! 15
6. Kontaktujte nás 16

1.

CSR a odpovědné podnikání

Co je CSR

Společenská odpovědnost firem (CSR = Corporate Social Responsibility) je v České republice již zavedený pojem, který je součástí konceptu trvale udržitelného rozvoje. CSR znamená **strategický způsob řízení firem**, který v obchodní strategii zohledňuje sociální, environmentální a etické faktory.

Každá organizace je součástí společnosti, ve které působí, a je zodpovědná za veškeré dopady svého působení, což významně ovlivňuje její reputaci, zisk a dlouhodobý rozvoj. V CSR se proto měří a hodnotí nejen ekonomická výkonnost firmy, ale i její sociální a environmentální výsledky. Pouze v případě strategického zapojení všech těchto tří oblastí (ekonomické, sociální a environmentální) lze nazývat organizaci společensky odpovědnou.

Jak to v podniku funguje

Společenská odpovědnost se ve firmách aplikuje na úrovni strategického řízení a vyžaduje pozornost nejvyššího vedení společnosti. Oproti klasické orientaci na krátkodobý zisk, způsob řízení firem s ohledem na trvale udržitelný rozvoj je zaměřen na **zajištění dlouhodobého firemního zisku, prosperity a bezrizikového fungování**, s úzkým propojením na ekonomické cíle firmy. CSR vede firmu k odpovědnému a trvale udržitelnému podnikání.

Význam CSR v dnešním světě

Společnosti jsou vystaveny většímu dohledu ze strany zainteresovaných stran (tj. osob, institucí, či organizací, které mají vliv na chod podniku nebo jsou jím ovlivněny), včetně zákazníků, zaměstnanců, dodavatelů, investorů a dalších. V dobách zvýšené informovanosti a stále větších environmentálních a sociálních globálních výzev jsou tak firmy nuceny řešit důležitá CSR témata jako je **transparentnost, etika, antikorupční strategie, lidská práva, klimatická změna, odpovědnost za dodavatelské řetězce** či **daňová transparentnost**.

2.

Důvody pro – výhody a povinnost

Pokud chce organizace dosáhnout úspěchu, nemůže být lhostejná ke společnosti a okolnímu prostředí, kde působí.

Dnešní výzvy udržitelnosti (klimatická změna, omezení přírodních zdrojů, či uspokojení potřeb rychle rostoucí světové populace) vytvářejí kontext, ve kterém se společnosti musí naučit hospodařit. Klíčovými prvky obchodního úspěchu se tak stávají významná environmentální a sociální témata, která se již netýkají jen velkých nadnárodních korporací, ale také malých a středních firem.

Každá společnost – jakékoliv velikosti a oboru – by měla začít implementovat prvky společenské odpovědnosti do svých aktivit, ať už kvůli nutnosti udržet krok s konkurencí, legislativním požadavkům, či nárokům dnešního světa. CSR je navíc koncept vedoucí k jasné obchodní strategii, která je založena na konkrétně dosažitelných výhodách a finančních úsporách společnosti.

→ Obchodní výhody

→ Dobrá pověst a důvěra

- **Zvýšení firemní hodnoty**
- **Vylepšení firemní reputace a image**
- **Snížení rizika ztráty dobré pověsti**

→ Zájem investorů a tok nového kapitálu

- **Vyšší zhodnocení firemních akcií**
- **Snížení legislativního rizika**
- **Předcházení výdajů na řízení rizik**



→ Nárůst zákazníků

- **Nové tržní segmenty a zvýšená loajalita k odpovědné společnosti**
- **Lepší pozice k získání vyššího tržního podílu**
- **Expanze produktového portfolia o ekologické výrobky a služby**

→ Konkurenční výhoda

- **Inovační potenciál plynoucí z výzev udržitelného rozvoje**
- **Odlíšení se od konkurence**
- **Spolupráce se zainteresovanými stranami vedoucí k trvalému zlepšování**

→ Motivace zaměstnanců

- **Lepší schopnost přilákat nové talenty**
- **Vyšší spokojenost a loajalita zaměstnanců, snížení absence**
- **Zvýšení produktivity prostřednictvím motivované pracovní síly**

→ Vylepšení interních procesů

- **Zefektivnění řízení a snížení nákladů díky zdokonalení produkčního procesu (environmentální management, udržitelná výroba atd.)**
- **Lepší řízení dodavatelského řetězce**
- **Nový pohled na udržitelné zdroje a materiály, inovované balení, recyklované materiály**



→ Legislativa a globální trendy

Nová evropská legislativa, mezinárodní dohody a zájmy investorů udávají trend směrem k udržitelnosti.

Evropská směrnice o nefinančním reportingu

V roce 2017 vstoupila v platnost v členských státech EU Směrnice 2014/95/EU o povinnosti uvádět tzv. nefinanční informace (tj. údaje o environmentálních a sociálních dopadech podniku). Povinnost se týká subjektů veřejného zájmu s obratem nad 1,5 miliardy korun, nejméně pěti sty zaměstnanci a půlmiliardovým majetkem. Tyto podniky musí reportovat také o svých dodavatelských řetězcích, čímž se CSR rozšiřuje i mezi střední a menší firmy, které s nimi obchodují.

Strategický rámec ČR 2030

V dubnu 2017 schválila česká vláda Strategický rámec Česká republika 2030, který udává směr udržitelného rozvoje na další desetiletí. Materiál nastavuje cíle, kterých by ČR měla dosáhnout v oblasti rozvoje společnosti, hospodářství, obcí a regionů, odolnosti ekosystémů, dobrého vládnutí a propojení se světem. Více informací je k dispozici na www.cr2030.cz.

Světové burzy a tlak investorů

Zájem investorů rezonuje na mezinárodních burzách, které vydávají požadavky na zveřejňování nefinančních informací firem obchodujících na jejich burzách. Nejnovější evropské požadavky z roku 2017 přicházejí od London Stock Exchange Group, či od severovýchodních a baltských burz působících na mezinárodním trhu NASDAQ.

Mezinárodní dohody

Cíle udržitelného rozvoje (SDGs) vznikly v rámci rozvojového rámce OSN Agenda 2030 a navazují na úspěšnou agendu Rozvojových cílů tisíciletí (MDGs). Agenda je tvořena 17 cíli, na kterých se shodlo 193 zemí, a soustředí se na konkrétní cíle, například u vymýcení extrémní chudoby, boji se změnou klimatu nebo zajištění udržitelné výroby a spotřeby. Mnoho významných firem nyní reflektuje Cíle udržitelného rozvoje ve svých zprávách o společenské odpovědnosti.

Pařížská klimatická dohoda byla schválena 195 zeměmi v prosinci 2015. Mezi její hlavní cíle patří udržet nárůst průměrné globální teploty pod hranicí 2°C (v porovnání s obdobím před průmyslovou revolucí) a usilovat o udržení oteplení do 1,5°C. Dohodu již ratifikovala většina zemí na světě, které reprezentují více než 80 % světových emisí. Očekává se, že Česká republika tak také v nejbližší době učiní. ■

3.

Jak CSR ve firmě zavést?

Existuje šest základních kroků, kterými musí projít každá firma, která chce zavést společenskou odpovědnost do svého každodenního fungování.

Krok 1 | CSR vize

Uvědomění si potřeby jít ve směru udržitelnosti a formulace vize společnosti.

TIP

Můžete vycházet z individuálního přesvědčení vedení společnosti nebo z nutnosti reagovat na globální vývoj a požadavky trhu, stejně jako národních legislativ.

Krok 2 | Strategie, priority a ukazatelé

Určení zainteresovaných stran a stanovení významných udržitelných témat pro společnost. Sestavení strategie CSR, jejích priorit, výkonnostních ukazatelů a cílů.

TIP

Firmy podnikající v různých sektorech čelí různým výzvám a příležitostem, proto je nutné definovat významná témata, která budou unikátní pro danou společnost. Většina firem již praktikuje určité činnosti, které patří k odpovědnému chování.

Krok 3 | Implementace

Zakotvení CSR strategie do fungování společnosti. Zavedení měřitelných ukazatelů, které budou sloužit k vyhodnocování cílů a pravidelnému monitoringu.

TIP

CSR je součástí fungování celé organizace, ne pouze jednoho oddělení. Každý zaměstnanec si musí být vědom nových firemních hodnot a být do nich zapojen.



Krok 4 | Měření

Měření a revize stanovených cílů, přijetí odpovědnosti za jejich neplnění.

TIP

Stanovení závazků bez měření a plnění cílů je neefektivní a nákladné. Společnost by se měla snažit plnit stanovené cíle, ale také přijímat transparentnost i v případě, že cíle neplní. Je důležité vysvětlit, proč se nedaří cíle plnit (pokud existuje řádný důvod pro neplnění cílů, není důvod obávat se vysvětlení) a jaké jsou další plány aktivit v dané oblasti.

Krok 5 | Hodnocení výsledků

Vyhodnocení dopadů firemních aktivit v závislosti na výsledcích měření.

TIP

Společnost by měla pravidelně vyhodnocovat své dlouhodobé dopady v oblasti ekonomické, environmentální a sociální prostřednictvím detailní analýzy.

Krok 6 | Komunikace

Transparentnost a odpovědnost za výsledky. Sestavení zprávy o společenské odpovědnosti a udržitelnosti.

TIP

Nefinanční zpráva o společenské odpovědnosti a udržitelnosti je důležitým prostředkem pro komunikaci výsledků a zvýšení reputace organizace. Zveřejnění výsledků je zásadní pro úspěch celé CSR strategie a pro využití všech výhod, které strategie skýtá.

4.

Příklady dobré praxe

→ Ekonomické projekty – Rozvoj městské části

Smart City

Passerinvest Group, Skupina ČEZ a Arriva, ČR

Dvojice nových českých elektrobuses značky SOR, které od února 2016 jezdí na trase pravidelných linek BB1 a BB2 spojujících multifunkční areál BB Centrum a stanici metra Budějovická v Praze 4, ujela za první rok provozu více než 40 tisíc kilometrů a přepravila přes 600 tisíc pasažérů. Jde o společnou iniciativu developerské a investiční společnosti Passerinvest Group, Skupiny ČEZ a dopravní společnosti Arriva s cílem snížit zatížení životního prostředí zejména ve městech a zlepšit dopravní infrastrukturu v dané lokalitě.

Siemens, Německo

Siemens začal testovat nový systém založený na radarových senzorech, který v budoucnu pomůže řidičům najít parkovací místo rychle a bez zbytečného stresu. Pilotní projekt tzv. inteligentního vyhledávání parkovacích míst pro chytrá města běží v Berlíně. Nový přístup a řešení nese název Advanced Parking Management. Tyto kroky vedou ke zlepšení kvality života obyvatel měst a obcí, a díky použití nejmodernějších technologií dochází ke zvyšování efektivity, bezpečnosti, ekonomické konkurenceschopnosti a tvorbě příjemného a zdravého prostředí pro život.



Sdílená ekonomika

General Motors, USA

Města běžně trápí nedostatek parkovacích míst a časté dopravní zácpy. General Motors tak v několika severoamerických městech spustil projekt Maven, který se věnuje sdílené ekonomice. Maven představuje pohodlný a intuitivní způsob sdílení aut. K jeho použití stačí mít nainstalovanou aplikaci pro chytré telefony. Podporou sdílené ekonomiky tak General Motors reaguje na posun v myšlení o mobilitě a jeho směřování k udržitelnosti.

→ **Environmentální projekty – Ochrana životního prostředí**

Obnova a rekultivace parků a zeleně

Heineken, ČR

Heineken při své hlavní výrobní činnosti závisí na čisté a kvalitní vodě, proto je ochrana životního prostředí pro společnost zásadní prioritou jejich CSR. Společnost podporuje své zaměstnance v dobrovolnické pomoci mnoha místním oblastem, které s vodou hospodaří. V roce 2015 zaměstnanci z pivovaru v Krušovicích například tradičně podpořili CHKO Křivoklátsko a rezervaci Týřov, kde protéká Oupošský potok. Zaměstnanci ze Starobrna zase pečovali o lokality v CHKO Moravský kras, konkrétně o vodní tok Luhy. Heineken svou iniciativou podporuje svůj celkový plán ochrany životního prostředí a zvyšuje v něj důvěru svých zaměstnanců i ostatních zainteresovaných stran.



Ekologická výstavba, podpora biodiverzity

IGG Malzfabrik mbH, Německo


Realitní developer sídlící v Berlíně proměnil jednu ze starých berlínských fabrik v zelený ostrov, kde se pořádá řada akcí. Střecha budovy a její okolí jsou pokryty původními a částečně ohroženými druhy rostlin. Nejen, že se tak vytvořilo nové přírodní prostředí přímo uprostřed města, ale zároveň se také výrazně zlepšila schopnost města pohlcovat emise oxidu uhličitého, byl poskytnut nový prostor pro městskou zeleň a malé živočichy a zlepšila se také energetická efektivita celé budovy. V blízké budoucnosti společnost plánuje zahájit sběr a využití dešťové vody.

Snížení emisí a spotřeby energií, zlepšení ovzduší

Lidl, ČR

Od roku 2017 odebírá Lidl 100 % svého skutečně odebraného množství elektrické energie pouze z obnovitelných zdrojů. Tato energie pokrývá 98 % veškeré elektrické energie, již Lidl využívá pro své prodejny i logistická centra. Díky zelené elektřině společnost ušetří ročně více než 121 tisíc tun CO₂. To odpovídá množství emisí, které by vyprodukoval osobní automobil, pokud by absolvoval cestu kolem světa celkem 15 600 krát. Lidl dále využívá LED osvětlení uvnitř svých prodejen i na parkovištích. Využití technologie LED umožňuje snížit spotřebu elektřiny. Tomu odpovídá i snížení nákladů a téměř poloviční množství produkovaných emisí CO₂ ve srovnání s předchozím typem osvětlení. Další výhodou je delší životnost LED osvětlení a možnost další úspory energie díky automatickému řízení, např. pohybovým čidlům v zázemí.

Škoda Auto, ČR

V letech 2015 a 2016 proběhla modernizace jejich celosvětové prodejní a servisní sítě. Od samého počátku se Škoda Auto soustředila nejen na vizuální hledisko, ale také na hledisko energetické šetrnosti. Starší provozovny vyžadovaly intenzivní vytápění v zimě a silné chlazení v létě. Prosklená průčelí s sebou nesla ztráty tepla v zimě a solární prohřívání v létě. Nosným tématem proto bylo použití běžně dostupných materiálů, které splňují přísná izolační kritéria a zakrytí velké části původního prosklení. Ekologickou orientaci celého konceptu podtrhla i možnost instalace solárních panelů či tepelných čerpadel. Takto rekonstruovaná prodejní místa mají e srovnání s předchozím architektonickým zpracováním o polovinu nižší spotřebu energie. 

→ Sociální projekty – Podpora místní komunity

Firemní dobrovolnictví

ČSOB, ČR

V rámci dlouhodobé spolupráce s SOS Dětské vesničky pomohli zaměstnanci ČSOB s úpravou areálu vesničky v Karlových Varech. Pomohli s malováním interiérů, tříděním oblečení nebo například s pracemi v sadu a jeho oplocením. Areálu tím ušetřili více než půl roku vlastní práce. Zapojením zaměstnanců do dobrovolnické činnosti se zvýšila jejich angažovanost ve firmě, ale také v oblasti, kde pracují nebo žijí.

Filantropie, podpora kultury, sportu a umění

Komerční banka, ČR

Komerční banka dlouhodobě sponzoruje Národní divadlo v Praze a druhým rokem také Národní galerii v Praze. V roce 2015 rozšířila spolupráci s Národní galerií o podporu vstupného do stálých expozic pro děti a mládež do 18 let a studenty do 26 let. Tyto skupiny mají nyní vstup zdarma. Dále společnost podporuje neprofesionální sport a projekty, které přinášejí prospěch široké veřejnosti. Dlouhodobě podporuje například florbal, který patří mezi nejrozšířenější sporty v České republice, a zůstává hlavním partnerem České florbalové unie. Podporuje také český fenomén, kterým je hasičský sport. Od roku 2012 je sponzorem Mistrovství ČR v požárním sportu.

Řanda Havel Legal, ČR

Advokátní kancelář je partnerem Letního kina ANEŽKA LIVE! a v rámci jejich spolupráce podporuje tříměsíční kulturní program, který po dobu letních prázdnin 2017 zprostředkovává promítání zajímavých snímků z české i zahraniční produkce spolu s dalšími hudebními a divadelními vystoupeními či workshopy ve venkovních prostorách Anežského kláštera v Praze 1. Rozmanitý program první letní sezóny ANEŽKA LIVE! navazuje na loňské otevření revitalizovaných zahrad nejstarší budovy Národní galerie v Praze, Kláštera sv. Anežky České, a rozšiřuje povědomí o kulturním potenciálu těchto prostor.



Potřeby místních obyvatel

Skanska, ČR

Od zahájení projekčních prací developerského projektu zjišťuje Skanska potřeby lidí bydlících v dané lokalitě, co je trápí, či co by si nepřáli. Jsou tak první developer v ČR, který diskutuje s veřejností o budoucí podobě chystaného projektu již ve fázi samotných příprav a nikoli až při obhajování již navrženého projektu. Oslovují zástupce městských částí, důležité instituce a v místě působící občanská sdružení i místní občany. Nastavením společného dialogu Skanska získává cenné místní znalosti, ale také pomáhá rozvoji vztahů a sounáležitosti s místem, kde jejich sousedé žijí.

Stáže a spolupráce se školami

APS Group, UK

Díky komunitní iniciativě zaměřené na podporu studentů ve škole Stockport Academy ve Velké Británii se stalo více než 20 zaměstnanců firmy mentory pro studenty této školy. To pomohlo vybudovat dlouhodobé vztahy prospěšné jak pro firmu, tak i pro okolí. Firma získává stážisty a následně kvalitní zaměstnance, a zároveň pomáhá vychovávat budoucí pracovní sílu, která má širší spektrum schopností a nebojí se držet krok s technologickými trendy.

Podpora zaměstnávání sociálně znevýhodněných a hendikepovaných

SAP Services, ČR

Se svým programem Autismus v práci, který se orientuje na zaměstnávání osob s poruchou autistického spektra, SAP v tuto chvíli zaměstnává celkem 11 osob s tímto handicapem. Podstatou programu je plné začlenění zaměstnanců s Aspergovým syndromem do pracovního procesu. SAP Services díky svému programu objevil zdroje kvalitních zaměstnanců, kteří bezvadně zvládají kvalifikovanou práci, mají jen trochu problém s komunikací.

5.

Zapojte se!

Jedním z cílů Hospodářské komory Praha 1 (HKP1) je podpořit využití nejnovějších trendů společenské odpovědnosti u firem se sídlem nebo místem působení na Praze 1.

Společně se společností Flagship CSR Consultancy, první agenturou v ČR specializující se na CSR, a Městskou částí Praha 1, tak vznikl projekt zaměřen na podporu firemních CSR aktivit na Praze 1. Aktivity se soustředí na rozvoj soužití a pospolitosti v této městské části, které přinášejí dlouhodobé benefity pro její obyvatele.

Flagship CSR Consultancy nabízí konzultace, týkající se nastavení a realizace konkrétních firemních CSR strategií a projektů.

→ V rámci konzultací Vám nabízíme:

- Úvod do CSR
- Zhodnocení, zda je CSR ta správná strategie pro Vaši firmu
- Rychlé a efektivní nastavení kvalitní CSR strategie
- Výběr nejvhodnějších projektů pro Vaši firmu
- Realizace projektů s důrazem na podporu okolí Prahy 1
- Měření výsledků a hodnocení dopadů

→ Jaké benefity Vám to přinese?

- Zařazení se mezi vedoucí společnosti, které se přihlásily ke společenské odpovědnosti a udržitelnému rozvoji
- Finanční i nefinanční benefity plynoucí z výhod CSR, důvěryhodnost, kredibilita, konkurenční výhoda
- Vytvoření jednotné a měřitelné firemní struktury v oblasti ekonomické, environmentální a sociální
- Soulad s legislativou a mezinárodními i národními trendy

6.

Kontaktujte nás

Flagship CSR Consultancy

Flagship CSR Consultancy je první specializovanou agenturou v České republice, která se zabývá strategií udržitelného rozvoje firem, společenskou odpovědností a nefinančním reportingem. Flagship je partnerem Global Reporting Initiative (GRI), tvůrce standardů nefinančního reportingu, v České republice a na Slovensku. Společnost je také členem globální organizace B Corporation sdružující firmy, které využívají podnikání k řešení ekologických a společenských problémů, jednají transparentně a odpovědně.



Věžeňská 859/9
110 00 Praha 1
+420 222 317 685

info@flagship.cz
www.flagship.cz





HOSPODÁŘSKÁ KOMORA
PRAHA 1



MĚSTSKÁ ČÁST
PRAHA 1

 **flagship**