

Editoriál

„Každý si kupuje neuveriteľne veľa oblečenia... Neutrácajte peniaze za módu, investujte ich do tohto sveta!“ O tom, že treba nakupovať menej a rozmýšľať nad tým, či nám nové veci skutočne treba, začínajú hovoriť aj ľudia, ktorí na prvý pohľad nie sú vzorom dobrovoľnej skromnosti. Však napokon tipovali by ste, že autorkou tohto výroku je slávna módna návrhárka Vivienne Westwood?

Téma zodpovednej spotreby sa už v krajinách západnej Európy stáva „mainstreamom“. Záujem o udržateľnosť a etickosť výrobkov a služieb nie je ťahaný aktivistami, neziskovkami, či médiami, ale samotnými zákazníkmi. Pre firmy je tlak na udržateľnosť zo strany zákazníkov však len jednou stranou mince. Tou druhou je nevyhnutnosť naučiť sa prežiť vo svete s nedostatkom zdrojov. Najmä preto spustila už v roku 2007 britská spoločnosť Marks & Spencer komplexný plán udržateľnosti nazvaný Plán A (aby bolo všetkým jasné, že Plán B už nie je). Zdravšie potraviny pre zákazníkov, dôraz na environmentálne a sociálne aspekty pri spolupráci s dodávateľmi, menej odpadu, viac recyklácie, podpora dobrovoľníctva zamestnancov – pýtate sa, koľko celý špás firmu stojí? Možno budete prekvapení – za rok 2012 vykázal Marks & Spencer práve vďaka týmto opatreniam úsporu vo výške 135 miliónov libier.

Aj o tom, prečo a ako firmy môžu podporovať udržateľný životný štýl svojich zákazníkov, píšeme v aktuálnom čísle. Otvárame ním tému zodpovednej spotreby, ktorej sa v tomto roku plánujeme viac venovať. Ak vás teda dnes zaujme rozhovor s ekopo-

newsletter



Magdaléna Dobišová, generálna riaditeľka Skanska SK a nová prezidentka BLF, sa v januári stretla s novinármi. Na neformálnych raňajkách sa hovorilo o témach zodpovedného podnikania, ktorým sa združenie aktuálne venuje.

radkyňou Petrou Ďurišovou, či článok o tom, aký postoj máme k zodpovednej spotrebe my, obyvatelia Slovenska, určite si nenechajte ujsť aj ďalšie vydania BLF Newslettera.

Nielen na tému vývoja udržateľných produktov a služieb sa chcú v nasledujúcich dvoch rokoch zamerať členovia Business Leaders Forum. Na ich čele stojí od januára 2014 ako prezidentka BLF generálna riaditeľka firmy Skanska SK Magdaléna Dobišová, ktorá vo funkcii nahradila Martina Kubalu z Hewlett-Packard. Rozhovor s novou prezidentkou združenia nájdete medzi aktualitami od našich členov.

Aj tento rok hľadáme firmy, ktoré „investujú do tohto sveta“. Via Bona Slovakia ocení inšpiratívne príbehy zodpovedného podnikania a firemnej filantropie už po štrnásťkrát. Čo poviete, zaradíte medzi ne aj ten váš?

Ivana Kullová

Obsah čísla

2 Aktivity členov

Via Bona Slovakia 2013 **6**

8 Téma:
Zodpovedná spotreba

Zo sveta,
Kalendár podujatí **12**

Editorka

Ivana Kullová
ivana.kullova@nadaciapontis.sk

Redakčná rada

Lenka Surotchak
Beata Hlavčáková
Michal Kišša

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

Telekom hlási boom kebabov

A nie len takých obyčajných, ale servírovaných od Nepočujúcich. Nepočujúcim podnikateľom, ktorí absolvovali program Hľadáme ďalší zmysel – PRE PODNIKANIE podporený z Nadačného fondu Telekom pri Nadácii Pontis, sa darí. Deaf kebaby nájdete vo Veľkom Krtíši, Prešove, Krupine, Zvolene, Detve a čoskoro aj v Poltári. „Sluchové postihnutie nemusí človeka v pracovnom živote automaticky odsunúť na úrad práce alebo na pozíciu, ktorá si vyžaduje minimum komunikácie,“ hovoria zakladatelia prevádzky bratia Šarinovci, rodáci z Veľkého Krtíša, z ktorých mladší Paľo je od malička Nepočujúci. «



Návštevníci si už zvykli objednávať aj v posunovom jazyku.

Embraco: Dobrovoľníctvo mieri do lavíc



Do konca februára sa môžu základné i materské školy zo Spišskej Novej Vsi uchádzať o Cenu Embraco za ekológiu.

Aktuálny držiteľ ceny Via Bona Slovakia za podporu dobrovoľníctva sa v šiestom ročníku svojho grantového programu Cena Embraco za ekológiu zameria na propagáciu dobrovoľníctva

aj medzi žiakmi. Súťaž environmentálnych projektov pre základné školy v okrese Spišská Nová Ves si za päť rokov získala dobré meno a školy sa každoročne snažia osloviť hodnotiacu komisiu nápaditými aktivitami. Vybrané projekty získavajú podporu vo výške do 2 000 eur.

Školy sa môžu zapojiť zaslaním projektu do konca februára, pričom po druhý raz môžu o grant požiadať aj materské školy z okresného mesta s témou Ochrana a poznávanie prírody. Podporu získajú tri najlepšie projekty ZŠ a jedna MŠ. „Aby sme to žiakom uľahčili, v spolupráci so združením SOSNA, ktoré je zároveň aj garantom programu, organizujeme jednodňové školenie, na ktorom môžu prediskutovať prípravu projektu,“ uviedla Emília Gondeková z oddelenia Komunikácie a spoločenskej zodpovednosti Embraco Slovakia. «

Provident diskutoval s partnermi o svojej reputácii

Spoločnosť Provident pri poskytovaní spotrebiteľských úverov stavia na 130-ročnej tradícii svojej značky v Británii. Zatiaľ čo verejnosť vníma všetky nebankové subjekty skôr negatívne, zákazníci Providentu sú spokojní. „Z nášho prieskumu z roku 2012 vyplýva, že 84% našich klientov bolo veľmi spokojných s procesom pôžičky a až 65% sa k nám vracia a opakovane využíva naše služby,“ uviedol Aleš Janků, konateľ spoločnosti Provident.

Provident si zakladá najmä na otvorenej a zrozumiteľnej komunikácii so zákazníkmi, nepoužíva rozhodcovskú doložku a nevymáha pohľadávky súdnou cestou. O otvorenosti firmy svedčí aj to, že už štvrtý rok realizuje partnerský dialóg. Ide o na slovenské pomery stále neobvyklý, no veľmi progresívny nástroj zisťovania spätnej väzby od kľúčových partnerov z radov obchodných komôr, profesionálnych združení, mimovládnych organizácií, ale aj predstaviteľov štátnej správy.

Na tohtoročnom, januárovom, stretnutí diskutovali zástupcovia firmy s dvadsiatkou pozvaných partnerov najmä o prístupe k zákazníkom, svojej reputácii i o pripravovaných zmenách v regulácii nebankových subjektov na Slovensku.

Dialógy s partnermi sa spoločnosti Provident osvedčujú. Vďaka nim sa šíri povedomie o prístupe a aktivitách firmy, a tým rastie aj jej pozitívne vnímanie. V novembri 2013 Provident uskutočnil prieskum medzi 88 hlavnými stakeholdermi, kde až 81% z nich uviedlo, že reputácia Providentu sa zlepšuje. «

SSE chráni orla kriklávého

Stredoslovenská energetika (SSE) je od roku 2011 partnerom v štvorročnom projekte LIFE *Ochrana orla kriklávého na Slovensku*. Projekt realizuje Ochrana dravcov na Slovensku a spolupracuje na ňom aj Východoslovenská energetika.

SSE sa podieľa na odstránení negatívnych faktorov v území s výskytom tohto chráneného druhu na Hornej Orave. Cieľom je znížiť riziká zranení alebo úmrtí vtáctva na stĺpoch elektrického vedenia. Spoločnosť doposiaľ nakúpila a nainštalovala 1 615 konzolových chráničiek.

V rámci kompletnej rekonštrukcie elektrickej siete SSE-D z Liesku až po štátnu hranicu s Poľskom boli rovinné konzoly nahradené špeciálnou konzolou Antibird, ktorá zabraňuje dosadaniu vtáctva na elektrické stĺpy. Toto riešenie je finančne náročnejšie, ale ide

o dlhodobé a doposiaľ najefektívnejšie opatrenie na ochranu vtáctva pred zásahom elektrickým prúdom. «



Cieľom SSE je znížiť riziká zranení a úmrtí vtáctva na stĺpoch elektrického vedenia.

Hviezdy filmového plátna v T-Systems



Šancu zahrať si v štyroch krátkych videách a jednom dlhšom promo filme dostalo viac ako tridsať zamestnancov spoločnosti T-Systems. Ako firma aj vďaka nim približuje svoje portfólio verejnosti si môžete pozrieť na youtube.com/profile/T-Systems_Slovakia. «

Novou prezidentkou BLF je Magdaléna Dobišová zo Skanska SK

Čo podľa vás charakterizuje zodpovednú firmu?

Nachádzame sa v čase a v priestore, kedy sa celá naša spoločnosť pohybuje na úzkej hranici. Na jednej strane je tu vysoká miera korupcie, nezamestnanosť hlavne mladých absolventov a na strane druhej veľká

chuť, sila a energia mnohých, a podotýkam nielen mladých, ľudí situáciu na Slovensku meniť. Veľkou pomocou na tejto ceste im môžu byť spoločnosti, ktoré majú jasne stanovené princípy, hodnoty, a to nielen na papieri, ale priamo vo svojej podnikateľskej stratégii.

A táto stratégia nie je iba o tom, že konajú korektne, čestne a v zákonných normách, ale je to o celkovom pohľade na podnikanie vôbec. Nie je to ani o jednom finančnom šeku raz do roka, ani o dodaní hračiek a ošateňia vo vianočnom čase do detského domova. Zodpovedné podnikanie je i o tom, ako sa firma správa k zamestnancom, ako je schopná balansovať pracovný a súkromný čas, ako pôsobí v komunite a priamo v regióne, ako vo firme funguje diverzita. Veľmi dobrou správou je, že takéto firmy na Slovensku máme. Tým pádom máme šancu ovplyvňovať a následne i meniť slovenské podnikateľské prostredie.

Ako sa zodpovedné podnikanie premieta vo fungovaní Skanska SK?

V našej spoločnosti uplatňujeme základnú politiku „Piatich núl“. Nula strato- vých projektov znamená, že sa vyhýbame neprijateľným finančným rizikám vďaka obozretnému výberu a riadeniu projektov. Nula ekologických incidentov je o realizácii našich projektov tak, aby sme minimalizovali negatívne dopady na životné prostredie. Ďalej je to nulová tolerancia voči akejkoľvek podobe úplatkárstva alebo porušovania hospodárskej súťaže. Žiaľ i priamo

v našej skupine máme čerstvú skúsenosť s obvinením z kolúzneho konania firiem. Aj keď išlo o verejnú súťaž v roku 2004, musíme sa so situáciou zodpovedne vyrovnáť i dnes.

Jedným z našich firemných cieľov je i nulový počet úrazov na stavbách. A držíme sa tiež pravidla „nula vád“, kedy sa vždy snažíme odovzdať dielo v najvyššej možnej kvalite s cieľom zlepšiť spokojnosť našich zákazníkov i naše finančné výsledky.

V neposlednom rade sa snažíme, aby naši zamestnanci mohli svoju kariéru u nás rozvíjať bez ohľadu na vek, národnosť či vzdelanie. Celosvetovo máme veľmi zaujímavý medzinárodný výmenný program Skanska Unlimited, kde naprieč všetkými jednotkami Skanska môžu zamestnanci naberáť nové skúsenosti a následne ich využiť v lokálnych podmienkach.

Čo môžu zodpovedné firmy priniesť Slovensku?

Z môjho pohľadu je Business Leaders Forum dôležitá mienkotvorná platforma, ktorá združuje 25 významných slovenských i nadnárodných firiem pôsobiacich na Slovensku, hlásiacich sa k takémuto podnikaniu. Je pre mňa veľkou motiváciou pracovať s ľuďmi, ktorí zdieľajú rovnaké princípy a hodnoty. Som presvedčená, že máme silu ovplyvňovať spoločnosť a hlavne vnímanie mladých ľudí, aby chápali, že slušnosť a poctivosť v podnikaní môže byť aj dnes ekonomickou a konkurenčnou výhodou. «



Magdaléna Dobišová pôsobí v spoločnosti Skanska SK od roku 2006. Viedla oddelenie komunikácie a kanceláriu generálneho riaditeľa. Generálnou riaditeľkou a predsedníčkou predstavenstva firmy je od septembra 2012. V decembri 2013 bola zvolená za prezidentku Business Leaders Forum na obdobie rokov 2014 – 2015.

Dalkia chráni prírodu na nezvyčajných miestach

Rekonštrukciu kotolne Dalkia v Bratislavskej Dúbravke si všimlo Bratislavské regionálne ochranné združenie (BROZ). Firmu oslovilo s projektom osadenia niekoľkých nových hniezdnych možností – špeciálnych fasádnych búdok pre chránené druhy živočíchov, konkrétne pre dažďovníka obyčajného a netopiere – na komíny kotolní.

„Hlavným dôvodom osadenia búdok je alarmujúce zníženie (až o 40%) populácie spomenutých živočíchov, ktoré

v dôsledku rekonštrukcie a zateplovania domov strácajú pôvodné možnosti pre hniezdenie. Dážďovníky a netopiere sa pritom živia výlučne lietajúcim hmyzom (napríklad komármi) a nahrádzajú tak drahé, toxické a málo účinné postreky,“ povedal Peter Lipovský z BROZ.

Dalkii sa projekt ochrany ohrozených druhov živočíchov v mestách zapáčil natoľko, že ho podporila aj zo zdrojov svojej nadácie. «

Philip Morris Slovakia pátra po vašom veku

Všimli ste si už minulý rok v uliciach záhadný slogan *Pátrame po Vašom veku*? Billboardy s tematikou Sherlocka Holmesa odštartovali 15. ročník projektu *Na veku záleží*. Jeho ambíciou bolo opäť nastaviť celospoločenské vnímanie tak, aby odmietnutie predaja tabakových výrobkov nepnoletým bolo považované za všeobecne rešpektovanú spoločenskú a morálnu normu.

Projekt *Na veku záleží* organizuje Zväz obchodu a cestovného ruchu SR a finančne ho podporuje spoločnosť Philip Morris Slovakia. Aj v roku 2013 projekt vzdelával predajcov o ich

právach a povinnostiach pri predaji tabakových výrobkov, najmä vo vzťahu k nepnoletým. Teasingová kampaň bola doplnená o rôzne edukačné pomôcky, zaujímavé súťaže a o aktualizovanú stránku www.navekuzalezsi.sk.

V tomto roku boli počas projektu realizované aj kontroly Slovenskej obchodnej inšpekcie, ktorých výsledky potvrdili, že takýto projekt založený na spolupráci má svoj význam. Dôkazom je fakt, že počet pochybení pri dodržiavaní zákazu predaja tabakových výrobkov nepnoletým aj vďaka projektu stále klesá. «



www.navekuzalezsi.sk | Zväz obchodu a cestovného ruchu SR a spoločnosť Philip Morris Slovakia sú partnermi projektu Na veku záleží. © 2013 Philip Morris Slovakia. Všetchny práva vyhradené.

Philip Morris Slovakia podporuje už 15. ročník projektu *Na veku záleží*.

Darujte Vianoce 2013 s Nadáciou Orange



Minulý rok prebehol už dvanásť ročník programu *Nadácie Orange Darujte Vianoce*.

Prostredníctvom dvanásteho ročníka programu *Darujte Vianoce* Nadácia Orange opäť umožnila ochotným darcom plniť sny ľuďom, ktorým chýba rodina, domov alebo zdravie a sprostredkovať im radostnejšie prežitie vianočných sviatkov.

V minulom roku Nadácia Orange na realizáciu programu vyčlenila spolu 65 000 eur. Predložených bolo 495 žiadostí, ktoré boli zaradené do hodnotiaceho procesu. V prvej fáze nezávislá hodnotiacia komisia vybrala 238 príbehov, ktoré boli podporené sumou 50 000 eur.

V druhej fáze mohli štedrý darcovia prispieť prostredníctvom portálu www.dakujeme.sk na príbeh, ktorý ich najviac oslovil. Nadácia Orange každý príspevok znásobila rovnakou sumou do výšky 150 eur. Týmto spôsobom bolo medzi 68 podporených príbehov prerozdelených ďalších 15 000 eur a individuálni darcovia navyše prispeli sumou viac ako 26 835 eur.

Keďže sa druhá fáza grantového programu realizovala primárne v on-line priestore, bola spustená špeciálna aplikácia na novovytvorenom profile Nadácie Orange na Facebooku. Za každý klik Nadácia Orange navyšila program o 1 euro. Podpora ľuďom v núdzi sa tak navyšila o ďalších 2 343 eur. «

Nominujte sa na Via Bona Slovakia: Hľadáme firmy so zodpovedným biznisom

Nadácia Pontis otvorila nominácie na Via Bona Slovakia za rok 2013. Prestížne ocenenie každý rok vyzdvihuje inšpiratívne príbehy firiem v oblasti firemnej filantropie a zodpovedného podnikania.

Na Slovensku často hovoríme o veciach, ktoré nefungujú. Nadácia Pontis si preto povedala, že to urobí trochu inak. Rozhodla sa raz ročne udeľovať cenu Via Bona Slovakia firmám, ktoré u nás robia niečo dobré. Či už vo vzťahu k zákazníkom, svojim zamestnancom, okoliu alebo životnému prostrediu. Via Bona je pozitívnym ocenením a motíváciou pre ďalšie firmy.

Chceme motivovať aj ďalších

„Aj tento rok hľadáme firmy, ktoré dokážu inšpirovať svojimi nadštandardnými službami pre zákazníkov a férovosťou k ďalším partnerom, ústretovými pod-

mienkami pre zamestnancov a pozitívnym vplyvom na životné prostredie a svoje okolie. Cena Via Bona znovu prinesie to najzaujímavejšie, čo sa v zodpovednom podnikaní a filantropii udialo v uplynulom roku,“ hovorí programový riaditeľ Nadácie Pontis Pavel Hrica.

Zodpovedné podnikanie a firemná filantropia nie sú pre firmy neznáme pojmy. Najmä veľké firmy vedia, že by sa im mali zmysluplne venovať, ak chcú byť úspešné. „Firmy si dnes už nekladú otázku, či treba vo svojom podnikaní posilňovať zodpovednosť. Stále viac ich k tomu núti verejnosť, médiá, vláda i zamestnanci. Hlavnou výzvou je,

ako to robiť a aké riešenia prinášať, aby mali väčší úžitok pre spoločnosť i firmu samotnú,“ dodáva P. Hrica.

Nominácia môže byť pre firmu prínosom aj v prípade, že nevyhrá. Mnohé firmy počas minulých rokov ocenili práve spätnú odozvu od členov hodnotiacej komisie. Priznali, že z pohľadu ocenenia je lepšie sa venovať dlhodobu a strategicky jednej téme ako viacerým naraz. Viac ich to „nakoplo“ v začatej práci a dostavila sa ešte väčšia chuť napredovať s kvalitnými projektmi a meniť veci k lepšiemu.

V ktorých kategóriách sa môžete nominovať na ocenenie Via Bona Slovakia za rok 2013:

- Zodpovedná veľká firma
- Zodpovedná malá/stredná firma
- Zelená firma
- Skvelý zamestnávateľ
- Férový hráč na trhu
- Podporovateľ dobrovoľníctva
- Dobrý partner komunity

Nezmeškajte svoju nomináciu

Na ocenenie Via Bona Slovakia sa môžu nominovať firmy alebo ich môžu prihlásiť organizácie, s ktorými na projektoch v uplynulom roku spolupracovali. Stačí vyplniť nominačný hárok v príslušnej kategórii a poslať ho e-mailom na adresu viabona@nadaciapontis.sk. Tip na firmu, ktorá si zaslúži ocenenie za svoje správanie, môže dať i ktorýkoľvek jednotlivец cez www.viabona.sk. Nadácia Pontis následne osloví firmy, aby sa nominovali na ocenenie.



Prestížna cena sa bude odovzdávať už po štrnásťkrát. Firmy sa môžu nominovať v siedmich kategóriách.



Hlavnú cenu získalo minulý rok Embraco Slovakia – za nediskriminačný a nekorupčný prístup k biznisu založený na rovnosti šanci, mnohé dobrovoľnícke aktivity a spoluprácu so školami v regióne.

O víťazoch v siedmich kategóriách rozhodnú experti na zodpovedné podnikanie. „Novinkou 14. ročníka Via Bona Slovakia bude aj Cena verejnosti. Každá firma, ktorá postúpi do druhého kola, sa bude môcť rozhodnúť, či chce byť nominovaná aj do tejto špeciálnej kategórie. Slováci potom hlasovaním na webe sami rozhodnú, ktorá firma si podľa nich najviac zaslúži ocenenie,“ vysvetľuje P. Hrica.

Novinka: komisiu môžete zaujať aj prezentáciou

Prijímanie nominácií uzavrieme 14. februára. Doručené prihlášky následne posúdia nezávislí odborníci podľa jed-

notlivých kategórií. Oproti minulému roku budú pred komisiami prezentovať svoje nominácie všetky firmy, ktoré postúpia do užšieho výberu. Využiť dokonca môžu aj pomoc odborníkov z TEDx Bratislava. Podrobnejšie pravidlá ku prezentáciám sú zverejnené na www.viabona.sk v sekcii Termíny.

Galavečer v Starej tržnici

Každá nominovaná spoločnosť dostane pozvanie aj na galavečer v Starej tržnici v Bratislave. Preto si už teraz poznačte do kalendára štvrtok 10. apríla 2014. Veď kto vie, možno na pódiu bude stáť práve váš CEO.



Slovenské elektrárne boli v minulosti ocenené za dlhodobý pozitívny vplyv podniku na spoločnosť a okolitú komunitu vďaka aktivitám na podporu riešenia témy bezdomovectva.

Šancu majú aj malé a stredné firmy

Via Bona Slovakia sa každoročne snaží prilákať aj firmy, ktoré sa doposiaľ nezapojili. Hľadá nové pohľady, ktoré môžu prekvapiť aj starých „harcovníkov“. Je výzvou pre malé a stredné firmy, aby našli odvahu a prihlásili sa. Často si myslia, že nemajú na to, aby konkurovali veľkým firmám. Rovnako, ba možno aj väčšiu šancu pritom majú práve krásne príklady malých firiem z regiónov.

Na veľkosti firmy nezáleží. Neočakávame, že tieto spoločnosti majú na zodpovedné podnikanie samostatného človeka a že majú nastavené procesy ako zabehnuté firmy. Môžu ale zabodovať úprimným nadšením, zápalom šéfa firmy a príbehom o tom, že to robia z čistého presvedčenia a veria, že to tak je správne.

Podrobné informácie a podklady k prihláseniu nájdete na www.viabona.sk «

Petra Nagyová

Nominujte sa na prestížne ocenenie

Via Bona Slovakia 2013

Ocenenie za zodpovedné podnikanie a firemnú filantropiu

Nominácie prijímame do 14. februára 2014

Viac na www.viabona.sk

organizátor



generálny partner



partner



komunikačný partner



Petra Ďurišová, Živica: Vegánsky deň je lepší ako lokálny nákup

Centrum environmentálnej a etickej výchovy Živica už od roku 2005 prevádzkuje ekoobchod aj bezplatnú ekoporadňu pre širokú verejnosť. Tím Živice tiež vytvoril on-line ekomapu, kde môže každý nájsť zaujímavé a užitočné miesta, ako sú zberné dvory, cyklotrasy, či vegetariánske reštaurácie.



Petra Ďurišová je ekoporadkyňa, lektorka a projektová koordinátorka. V CEEV Živica pôsobí na rôznych pozíciách od roku 2002.

Základný princíp zodpovednej spotreby je spotrebovať menej. Nie je však dobrovoľná skromnosť v čase krízy „klincom do rakvy“ pre firmy, ktoré potrebujú predávať, aby prežili?

Každá kríza je veľkým darom a šancou poučiť sa z nej a hľadať nové riešenia. Na Slovensku napríklad ešte stále nevyužívame potenciál zamestnanosti a ziskov zo zhodnocovania odpadov – zatiaľ čo susedné Rakúsko využíva až 60% odpadov, Slovensko necelých 10%. Okrem toho je veľký potenciál v určitých druhoch služieb, vo využívaní nášho prírodného bohatstva a vysokej biodiverzity. Ľudia si musia uvedomiť, že ak chceme umožniť prežiť aj ďalším generáciám, tak sa musíme uskromniť – žiadne technológie nás nespasia – jediná cesta je cesta šetrenia a návratu k jednoduchšiemu životu.

Fair Trade či inak certifikovaných výrobkov, ktoré by mali byť zárukou zodpovedného prístupu firmy, je na trhu len zlomok. Ako sa však v obchode správne rozhodnúť pri nákupe iných produktov – napríklad oblečenia, elektroniky alebo bankových či mobilných služieb?

Pri informovanom rozhodovaní spotrebiteľovi môžu pomôcť okrem eko značiek aj internetové stránky venujúce sa problematike zodpovednej spotreby – napríklad www.ekoporadna.sk či www.umenivybirat.cz. Elektroniku si môže vybrať podľa stránky www.topprodukte.at alebo www.greenpeace.org/international/en/Guide-to-Greener-Electronics. Vo svete už existujú aj tzv. etické banky, ktoré peniaze svojich klientov investujú do sociálnych a ekologických projektov – napr. Banca Etica (IT) či EthikBank (DE). Zodpovedný spotrebiteľ si pred nákupom urobí rýchly prieskum na internete a priebežne sa zaujíma o problematiku. Dnes už nie je problém nájsť dostatok dôveryhodných zdrojov.

Niektoré pravidlá zodpovednej spotreby sú vo vzájomnom konflikte – je lepšie kúpiť si ne-organické víno od domáceho výrobcu alebo Fair Trade bio víno z Južnej Ameriky?

Áno, ten konflikt tu je. Ak môžete, tak nakupujte iba tie Fair Trade výrobky, ktoré sa u nás nedajú dopestovať – kakao, kávu, čaj, čokoládu. Med či víno je najlepšie nakupovať od lokálnych pestovateľov. Dovoz je pri Fair

Trade výrobkoch problém, preto treba vždy uprednostniť lokálnu produkciu od našich drobných pestovateľov. Aj pri lokálnej produkcii však treba rozmýšľať. Výskumy ukázali, že najviac negatívneho dopadu pri produkcii najmä mäsa a mliečnych výrobkov (až 80%) vznikne ešte na farme. Iba zvyšných 20% pripadá na distribúciu a likvidáciu. Životnému prostrediu preto paradoxne viac pomôžete tým, že si raz, dva razy týždenne dáte vegánsky deň (bez mäsa a mliečnych výrobkov), ako keď nakúpite lokálne.

Čítajte celý rozhovor a viac článkov na tému zodpovednej spotreby na www.zodpovednepodnikanie.sk/zodpovedny-spotrebiteľ

O druhej strane mince

Dávate v obchode prednosť výrobku so zelenou značkou, ale nezaujímate sa už o to, či k nám pricestoval cez pol sveta? Zameriavate sa pri nákupe iba na výrobok a nie na firmu, ktorá ho vyrobila? A vôbec – nenakupujete náhodou zbytočne veľa?

Byť zodpovedným spotrebiteľom nie je na prvý pohľad vôbec jednoduché. Možno však na úvod postačí menej rozmyšľať o tom, čo by sme chceli a viac o tom, čo skutočne potrebujeme. Až v druhom kroku prichádza dilema vybrať si ten správny produkt alebo službu.

Tvorcovia Ethical Consumer, najznámejšieho magazínu venujúceho sa zodpovednej spotrebe vo Veľkej Británii, rozlišujú viaceré typy etického nakupovania. Pri tzv. pozitívnom dávate prednosť konkrétnym zodpovedným produktom, ako sú napríklad energeticky úsporné žiarivky. Pri negatívnom sa zase vyhýbate nezodpovedným produktom, ako sú napríklad vajcia z klieťového chovu.

Ethical Consumer však spotrebiteľom radí nerozmyšľať o ponúkaných produktoch izolovane, ale spájať si svoje nákupy s konkrétnym výrobcom a jeho štýlom podnikania. „Napokon, nie je lepšie kúpiť si kozmetiku od firmy, ktorá žiaden svoj produkt netestuje na zvieratách alebo recyklovaný toaletný papier od spoločnosti, ktorá ani pre ostatné svoje výrobky nepotrebuje drevo z divokých pralesov?“ apeluje tím britských hodnotiteľov.

Ako sme na tom u nás doma

Až 86% Slovákov by podľa minuloročného prieskumu Eurobarometer bolo ochotných zaplatiť viac za ekologickjšie výrobky. Prekvapilo vás vysoké číslo? Áno, počet ľudí ochotných kúpiť si rad-

šej menej, ale kvalitnejších vecí, možno rastie. Isté však je, že Slováci sú skeptickí a mnohé „zelené“ výrobky majú problém získať si ich dôveru. Prejavená ochota nakupovať *eko* tak nie je aj skutočným odrazom obsahu priemerného slovenského nákupného košíka.

Ešte horšie je však na tom zhodnotenie iných faktorov, ktoré výrobok robia zodpovedným. Podľa prieskumu Business Leaders Forum *Vnímanie zodpovedného podnikania obyvateľmi Slovenska* z apríla 2013 obyvatelia Slovenska kladú pri nákupe výrobkov a služieb dôraz na ich kvalitu a cenu. To, či výrobca podniká transparentne, alebo ako sa stará o svojich zamest-



Nadácia Pontis čoskoro vydá praktického sprievodcu zodpovednou spotrebou, ktorý bude k dispozícii na stiahnutie aj na www.zodpovednepodnikanie.sk.

Aký je zodpovedný spotrebiteľ?

- Premýšľa pri každom nákupe, ako aj pri každodennom využívaní vecí a služieb.
- Vyberá si produkty, ktoré naozaj potrebuje a vyhýba sa impulzívnym nákupom a nákupom jednorazových výrobkov.
- Nakupuje výrobky, ktoré boli vyrobené a prepravené s ohľadom na ľudí, zvieratá a životné prostredie a ktoré sa dajú ďalej použiť či recyklovať.
- Nepotrebné veci sa snaží znovu použiť iným spôsobom, darovať ďalej alebo ekologicky zlikvidovať.
- Cestuje vlakom, MHD, bicyklom, vyhýba sa lietaniu a v aute necestuje sám, ale snaží sa odviezť tam, kam treba, spolu s kolegami či rodinou.

nancov, má pre slovenských spotrebiteľov nižšiu dôležitosť. Tieto kritériá sa v praxi ťažšie uplatňujú, vyžadujú aktívneho a rozhladeného zákazníka, ktorý nemá problém investovať čas do vyhľadávania a overovania si informácií. A takýchto spotrebiteľov je na Slovensku zatiaľ len 16%.

Milujeme igelitky, ale zase separujeme

Zodpovedná spotreba sa však netýka len našich nákupných návykov, ale aj spôsobu, akým využívame a likvidujeme výrobky, celého nášho životného štýlu.

Tu už nemusíme tráviť hodiny na internete, stačí málo. Napríklad si vziať na nákupy vlastnú tašku. Kým Dáni použijú v priemere len štyri jednorazové plastové tašky ročne, Slováci až neuveriteľných 466.

Na druhej strane, nie vo všetkom sme na chvoste. Až 76% obyvateľov Slovenska už podľa vyššie spomenutého prieskumu separuje odpad a 73% uprednostňuje spotrebiteľ s nižšou spotrebou energie. «

Ako firmy podporujú zodpovednú spotrebu

Zem máme len jednu, ale pokiaľ nezmeníme svoj životný štýl a dopyt po jedle, vode a energii, v roku 2030 budeme „potrebovať“ dve a v roku 2050 až tri planéty. Obmedzené zdroje už nevnímajú ako bezprostrednú hrozbu len medzinárodné organizácie, aktivisti a neziskovky. Na novú realitu sa snažia pripravovať aj samotné firmy.

Britská spoločnosť Marks & Spencer sa minulý rok pochválila tým, že vďaka komplexnému plánu udržateľnosti nazvanému Plán A dokázala v roku 2012 ušetriť 135 miliónov libier. Výkonný riaditeľ spoločnosti Marc Bolland v tejto súvislosti uviedol, že nastúpená cesta im pomáha prekonávať obavu, ako bude firma vedieť fungovať vo svete blízkej budúcnosti: „Rastúca globálna spotreba bude vytvárať stále väčšiu tlak na limitované zdroje, extrémne počasie sa stáva realitou a sociálne problémy, ako je nezamestnanosť mladých, sa stávajú čoraz akútnejšími.“

To, že firmy môžu dlhodobo prosperovať, ak vytvoria vhodné podmienky pre zelenší, zdravší a zodpovednejší život svojich zákazníkov, tvrdia aj britské konzultačné spoločnosti zaoberajúce sa témou udržateľnosti BSR a Futerra. Tie v roku 2013 oslovili viac ako 50 firiem, ktorých sa pýtali na ich postoj k vzťahu medzi biznisom a udržateľným životným štýlom.

Väčšina oslovených spoločností očakáva, že zmena spotrebiteľského správania smerom k udržateľnosti im v priebehu niekoľkých rokov zabezpečí rast,

podporí inovácie a zvýši odbyt. Z oslovených spoločností sa takmer 40% už dnes snaží motivovať svojich zákazníkov k zodpovednejšiemu životnému štýlu. Ďalších 40% tak plánuje spraviť do roku 2018.

Čo konkrétne môže vaša firma spraviť?

Upravte už existujúci produkt alebo jeho balenie

Technologická spoločnosť Dell dosiahla v roku 2013 jeden zo svojich kľúčových cieľov udržateľnosti – aby bolo viac než 75% materiálu používaného na balenie desktopov a notebookov kompostovateľného alebo recyklovateľného. Spoločnosť vyplňa škatule so svojimi produktmi napríklad materiálom HDPE (polyetylén s vysokou hustotou) vyrobeným z recyklovaných plastových nádob od mlieka a z čistiacich prostriedkov, alebo z bambusu, prírodného materiálu so schopnosťou



DELL balí svoje počítače napríklad aj do bambusu. Zdroj: en.community.dell.com



Kampaň Johnson & Johnson Care to Recycle je zameraná na deti, keďže práve oni po nás „zdedia“ túto planétu. Zdroj: caretorecycle.com

rýchlej obnovy. Firma v súčasnosti testuje aj použitie vypestovaných hubových štruktúr.

Ponúknite udržateľný produkt

Tchibo, medzinárodná firma predávajúca kávu a rozličný spotrebný tovar, neustále rozširuje ponuku svojich tovarov, ktoré vznikli ohľaduplne k životnému prostrediu a k ľuďom, ktorí sa podieľali na ich výrobe. Strednodobým cieľom firmy je ponúkať výhradne kávu z trvalo udržateľnej produkcie. Podiel „udržateľnej“ kávy sa v portfóliu firmy zvýšil z 13% v roku 2011 na viac než 25% v roku 2012. Vo svojich kaviarňach v obchodoch Tchibo už od roku 2011 ponúka výhradne certifikovanú kávu.

Spustíte kampaň vyzývajúcu zákazníkov k zodpovednej spotrebe

Minuloročná americká kampaň známeho výrobcu kozmetiky Johnson & Johnson sa snaží motivovať spotrebiteľov, aby nezabúdali na to, že nielen v kuchyni, ale aj v kúpeľni využívajú množstvo produktov, ktorých obaly sa dajú účinne recyklovať. Kampaň *Care to Recycle* je zameraná na deti, keďže práve oni po nás „zdedia“ túto planétu. Firma sa spojila so známou environmentálnou organizáciou Earth911 a na web stránke kampane ponúka nielen rady, čo všetko je recyklovateľné, ale aj konkrétne tipy, ako môžu rodičia v tejto oblasti vzdelávať svoje deti.

Ponúknite službu, ktorá zákazníkom umožní správať sa zodpovedne

V nedávno ukončenej kampani *The Second Hand* sa nábytkársky gigant Ikea svojich zákazníkov v nórskom Osle spýtal, či by prijali pomoc pri predávaní svojho nepotrebného nábytku. Z oslo-

vených ľudí bolo následne vybraných 50. Ich starý nábytok bol počas nasledujúcich 8 týždňov ponúkaný v reklamách v tlači, televízii aj na sociálnych sieťach spolu so štandardnou ponukou Ikea. Firma uviedla, že kampaň nielenže neohrozila jej tržby, ale záujem zo strany zákazníkov sa ešte zvýšil.

Vytvorte infraštruktúru k udržateľnejšiemu správaniu

Banka Barclays už niekoľko rokov sponzoruje londýnsku sieť verejných mestských bicyklov. Vďaka systému *bike-sharingu* si Londýňania ľahko a rýchlo môžu požičať bicykel pre krátke cesty po meste a šetria tým svoj čas aj vyprodukované emisie CO₂. Požičovné miesta aj samotné bicykle sú označené logom Barclays – obyvatelia mesta si podľa prieskumov začali spájať banku s pozitívnymi zmenami v meste a s podporou zdravého životného štýlu. «

Tému pripravila: Ivana Kullová



Aj budovaním udržateľnej infraštruktúry firma podporuje zodpovedný životný štýl. Bicykle s logom banky Barclays už neodmysliteľne patria k Londýnu. Zdroj: commons.wikimedia.org

Zo sveta

Verejné obstarávanie smerom k zodpovednosti

Štátne inštitúcie môžu vo verejnom obstarávaní požadovať, aby ponúkané výrobky alebo služby zohľadňovali ekologické, sociálne a etické kritériá. Túto zmenu zavádza nová smernica Európskej komisie o verejnom obstarávaní, ktorú Európsky parlament schválil 15. januára. Pojem „najnižšia cena“ nahradí termín „ekonomicky najvýhodnejšia ponuka“. Obstarávateľom to umožní rozhodovať sa nielen na základe ceny, ale aj spoločenských hľadísk, sociálnych kritérií, životného prostredia a spravodlivého obchodu.

Obstarávatelia budú môcť požadovať, aby káva a čaj, ktoré chcú podávať na pracovných stretnutiach alebo poradách, mali napríklad certifikáciu Fair Trade, aby mäso, ovocie a zelenina, z ktorých sa varí jedlo v školských jedálňach, pochádzali od miestnych farmárov, alebo aby boli darčeky pre partnerov vyrobené v lokálnych chránených dielňach. Medzi posudzované environmentálne kritériá môžu patriť napríklad aj recyklovateľnosť, materiálna a energetická náročnosť výroby, zdravotná nezávadnosť, či transportná vzdialenosť od výrobcu k spotrebiteľovi. «

Zappos sa zbavuje hierarchie a manažérov

Koncom minulého roka oznámil jeden z najúspešnejších on-line obchodov, firma Zappos, zámer zreformovať už i tak neformálnu organizačnú štruktúru. Zruší pracovné funkcie, nadriadených a podriadených a vytvorí spolu 400 navzájom prepojených „krúžkov“ – tímov, v ktorých budú zamestnanci zastávať rozličné pozície. Cieľom je zvýšiť mieru zodpovednosti každého pracovníka, ktorá v tradičných hierarchických štruktúrach zostáva prevažne na pleciach manažérov. Snahou tiež je posilnenie transparentnosti v záujme rýchleho a otvoreného riešenia potenciálnych konfliktov.

Názov novej štruktúry – holakracia – je odvodený od gréckeho slova „holon“, ktoré znamená „celok, ktorý je súčasťou väčšieho celku.“ Niektorí zamestnanci však budú predsa len „rovnejší“ medzi rovnými. Nebudú mať síce formálne vyššie postavenie a atraktívny názov pozície, ale budú rozhodovať o platoch tých, ktorí pod nimi oficiálne nepracujú.

Zappos je pravdepodobne najväčšou spoločnosťou, ktorá sa rozhodla zbaviť hierarchie na pracovisku. Menšie spoločnosti, ktoré sa už podobnou cestou vydali, si pochvalujú najmä zbavenie sa klasického napätia medzi pracovníkmi a manažérmi vďaka tomu, že každý si skúsi, aké je to byť na druhej strane. «

IBM poskytne zelený cloud

V dôsledku zvyšovania dopytu v oblasti cloudových IT infraštruktúrnych služieb stúpa prevádzkovateľom dátových centier aj spotreba elektrickej energie. Väčšina prevádzkovateľov sa však zameriava len na poskytovanie služieb bez toho, aby brali do úvahy stratégiu udržateľného rozvoja. Najnovšia inovácia z dielne americkej spoločnosti IBM ponúka dynamickú zmenu cien za cloudové služby v závislosti od toho, koľko, kedy a aký typ elektrickej energie budú potrebovať. Bude tak ekonomicky motivovať užívateľov správať sa zodpovedne.

Nové cloudové služby sú nastavené tak, aby pri ich obsluhu bolo spotrebované minimálne množstvo elektrickej energie. IBM je lídrom v počte zaregistrovaných patentov v USA už 20 rokov. Len v minulom roku zaregistrovali rekordný počet patentov – 6 478. Spoločnosť ročne investuje do vedy a výskumu viac ako 6 miliárd dolárov. «

Čítajte viac na www.zodpovednepodnikanie.sk

Kalendár podujatí

12. február 2014 Praha

Je to na nás

Konferencia s názvom *Je to na nás – CSR očami tých, ktorí sa neboja viesť* sa uskutoční v co-workingovom centre HUB v Prahe. Program bude zameraný na zodpovedné podnikanie vo firmách, osobnú zodpovednosť jednotlivcov, ako aj zodpovedné riadenie verejnej správy a samosprávy. Podujatím bude sprevádzať šéfredaktor týždenníku Respekt Erik Tabery a vystúpi napríklad generálny riaditeľ T-Mobile ČR Milan Vašina alebo starosta mesta Kolín Vít Rakúšan.

Viac: <http://bit.ly/LTnJ2B> «

20. marec 2014 Brusel

Enterprise 2020 Marketplace

V druhej polovici marca sa v belgickom Bruseli uskutoční tradičná prezentácia výsledkov iniciatívy Enterprise 2020, ktorú realizuje organizácia CSR Europe. Na „trhovisku“ sa zúčastnia predstavitelia firiem, mimovládnych organizácií, zástupcov štátov EÚ a európskych inštitúcií. Enterprise 2020 Marketplace je najväčším podujatím svojho druhu v Európe, ktoré ponúka množstvo inšpiratívnych a inovatívnych riešení zodpovedného podnikania z celého kontinentu.

Viac: <http://bit.ly/1hiXDjj> «

21. a 22. máj 2014 Bratislava

CEE CSR Summit a Trhovisko riešení 2014

Aj tento rok sa v Bratislave uskutoční stretnutie lídrov v zodpovednom podnikaní zo stredoeurópskeho regiónu. CEE CSR Summit sa zameria na to, ako firmy svojimi službami a produktmi môže meniť vnímanie zodpovednosti v spoločnosti. Popoludní sa opäť po dvoch rokoch bude konať Trhovisko firemných riešení, kde viac než 20 firiem predstaví svoje udržateľné riešenia.

Viac už čoskoro:
www.cee-csr-summit.eu «