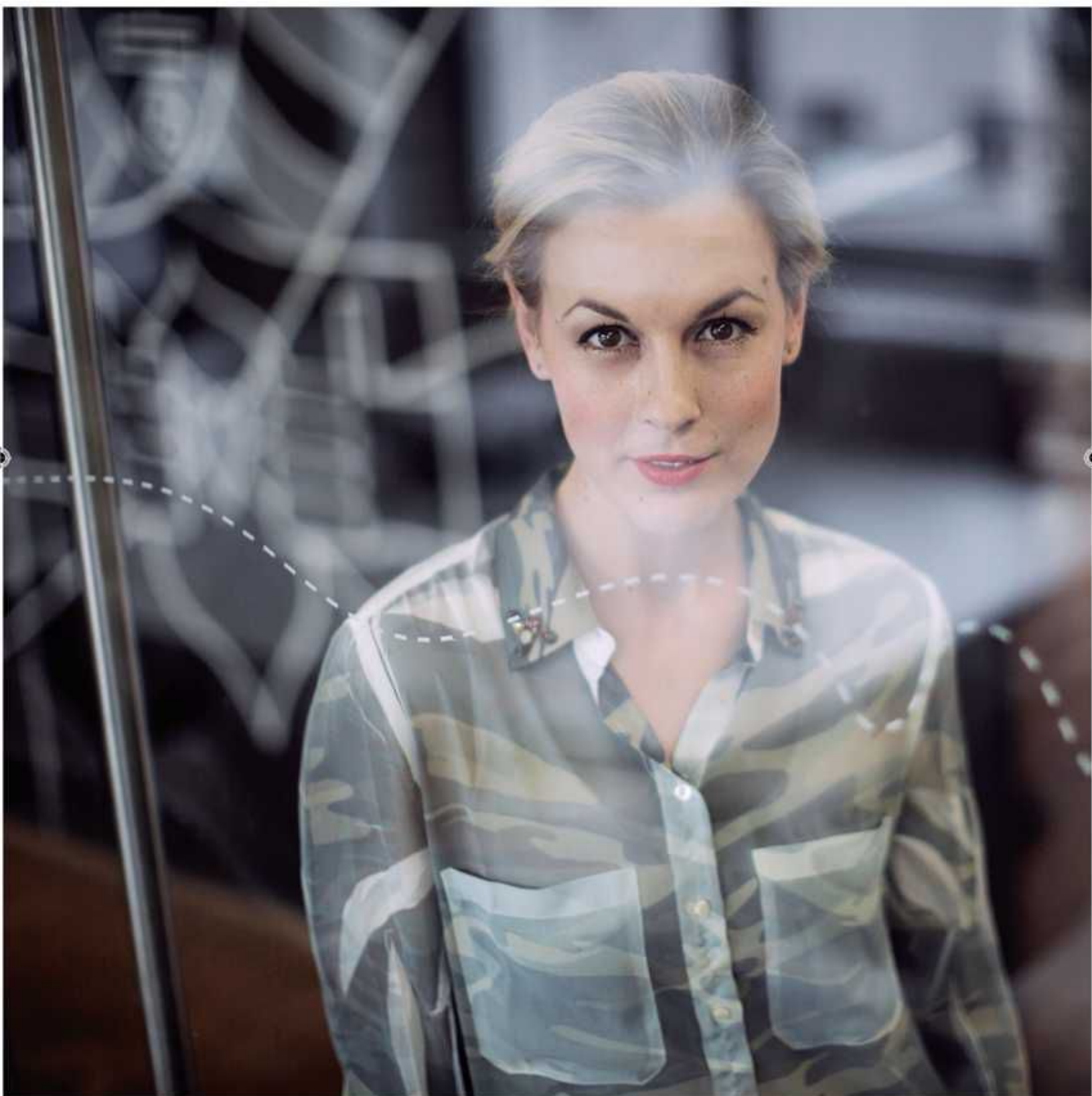


### LUCIE MÁDLOVÁ

Se CSR se setkala poprvé v roce 2009 na stáži v Dánsku, kde v rámci doktorského studia přednášela. Po návratu chtěla na ekonomické fakultě akreditovat vlastní předmět zaměřený na CSR, ukázalo se však, že chybí česká literatura, podle níž by se CSR dala učit. A tak se do toho pustila sama. V roce 2013 založila Asociaci společenské odpovědnosti, která má po čtyřech letech fungování více než 210 členů a je dnes nejsilnější iniciativou svého druhu v Česku. Do Česka v roce 2015 přinesla mezinárodní know-how UN Global Compact, největší platformy udržitelného podnikání na světě. Je tak přímo napojena na OSN a reprezentuje naši zemi a tato témata v zahraničí.



# Podnikat hlavou i srdcem

*Před pár lety zajímal sociální či ekologický dopad podnikání jen hrstku uvědomělých. Dnes je sexy být společensky odpovědný, CSR je ve firmách skloňováno všemi pády. Jak ale skutečně funguje?*

[T: Kamila Brodská]  
[F: Petr Hricko]

**K**do byt chvíli pracoval ve firmě, kterou netvořil jen on sám, musela mu v uších dříve či později zaznít v uších zkratka CSR (Corporate Social Responsibility). O „sí-es-ár“, tedy společenské odpovědnosti firem, se v posledních letech mluví hodně, často ovšem v tak obecných formulkách, až není jasné, nakolik se jedná o skutečně prospěšnou aktivitu a nakolik jen o marketingový nástroj, jímž si společnosti zlepšují svůj veřejný obraz.

„K vysvětlení společenské odpovědnosti lze použít čistý selský rozum a vnímat svět a podnikání jako propojené nádoby. Zabývat se nejen vytvářením zisku, ale také tím, jaký vliv má chování firem na životní prostředí, na společnost a co od nich společnost očekává,“ vysvětluje Lucie Mádlová, zakladatelka a výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti, která sdružuje více než dvě stovky soukromých firem a veřejných institucí. Právě u nich postupně nabývá na významu i tzv. odpovědné veřejné zadávání. Orgány veřejné správy nakupují služby nebo zboží a současně zohledňují společenské, širší ekonomické a environmentální aspekty. Ve svých zakázkách podporují zaměstnávání osob znevýhodněných na trhu práce, absolventy bez praxe nebo malé a střední podniky. Například dopravní podnik v Londýně si v rámci zakázky na zajištění stravování stanovil požadavky související s udržitelnou spotřebou a etickým nakupováním produktů, včetně prevence plýtvání

potravinami. Mimo jiné, aby byl všechn odpad z jídla kompostován, balení bylo z recyklovatelného materiálu a padesát procent jídla bylo vyrobeno z lokálních surovin (včetně například vajíček od slepic z volného výběhu).

## PÁCHÁME DOBRO

„Nepsaná pravidla naplňování společenské odpovědnosti zavedl již Tomáš Baťa, který vracel část zisku do regionu, vzdělání i osobního rozvoje svých zaměstnanců,“ připomíná Lucie Mádlová. Ani současně Česko nezůstává pozadu, jakkoli se v porovnání se západními zeměmi dostáváme k pochopení CSR pomaleji. A zatímco americký přístup k CSR je založen hlavně na dárcovství a filantropii, mezi českými projekty často figuruje dobrovolnictví nebo snaha o narovnání nespravedlností, k nimž relativně rychlý přechod k tržnímu hospodářství vedl. Výhodou CSR projektů je pružnost a lepší zacílení. Tam, kde by si například nová legislativa jen těžko klestila cestu, navíc s rizikem, že vyrobí další problém někde vedle, mohou soukromé firmy bez ohledu na svou velikost okamžitě adresně pomoci.

Dobrym příkladem je třeba projekt „Pácháme dobro – Moneta dobrovolníci“, v jehož rámci zaměstnanci Moneta Money Bank a jejich rodiny věnovali jen v loňském roce přes osm tisíc dobrovolnických hodin a podpořili 51 neziskových organizací, pro které uspořádali 210 akcí po celé České republice. Diskriminaci žen v ekonomice

kém a veřejně životě a podpoře návratu rodičů pečujících o novorozence na trh práce se zase věnuje projekt „Matky vítány“ společnosti Vodafone. Tatínkům poskytuje pět dní volna při narození dítěte, matkám po uplynutí šestiměsíční rodičovské dovolené nabízí využít zkrácené pracovní doby na 30 hodin týdně, za niž dostanou zapláceno jako za plný úvazek. V rámci projektu Ponožky od babičky o. p. s. Elpida se sbírá a recykluje stará nepotřebná vlna a zaměstnávají se babičky ponožkářky, které z ní pletou originální teplé ponožky. Elpida tak získává peníze pro pletáčky i na další aktivity pro seniory.

Další typ CSR projektů aktivně pracuje se skutečností, že podnikání v některých oblastech s sebou může přinášet také vyšší ekologickou nebo sociální zátěž. A tak nad rámec toho, jaké chování jim předepisují zákony, tyto společnosti hledají způsob, jak negativním dopadům co nejlépe předcházet. Například obchodní řetězec IKEA se svým projektem „Druhý život nábytku“ snaží o minimalizaci odpadu. Služba umožňuje zákazníkům IKEA prodat nepotřebný nábytek a zároveň rozšiřuje povědomí o principech tzv. oběhové ekonomiky. Za devět měsíců fungování pilotního projektu v obchodě na pražském Zličíně se prodalo 1200 výrobků v celkové hodnotě přes 1,1 miliónu korun.

Už několikátým rokem běží taky projekt „Člověče, nezlob se“, zastřešený Českým svazem pivovarů a sladoven. Odkazuje na společenskou hru, jejíž výchovný smysl spočívá v akceptaci pravidel a schopnosti přijmout prohru. Učí prodavače, jak kultivovaně čelit snaze mladistvých koupit si alkohol. Zdánlivá drobnost, jež ale má hluboký společenský dopad.

## SUPERSTARS CSR

Za vzory společenské odpovědnosti jsou často považovány firmy spojené se jmény Bill Gates či Mark Zuckerberg. Jmenovat české ikony už tak jednoduché není. Lucie Mádlová za takovou považuje Sanjiva Suriho, majitele společnosti Zátíší Group. „Polovinu svého výděлку věnuje ve prospěch charity. Navíc většinu projektů, kterým přispívá, zároveň podporuje osobně. Pro Lékaře bez hranic i navzdory vyhrězlým plotýnkám ujel 850 km na kole po rodném indickém venkově a tímto způsobem pro ně získal 100 000 dolarů.“

Ve většině případů necílí CSR projekty jen na okolní prostředí, ale také dovnitř firem, kde napomáhají loajalite zaměstnanců. Je statisticky prokázáno, že zejména mladí lidé chtějí pracovat pro odpovědné zaměstnavatele. Děti milénia tvoří asi dvě miliardy světové populace a jsou hlavní cílovou skupinou většiny byznysu. Jedenaosmdesát procent tzv. mileniálů věří, že byznys by měl hrát klíčovou roli v naplňování agendy udržitelného rozvoje. Preferují obchodní značky, jež mají pozitivní společenský dopad, a upřednostňují zaměstnání, které je naplňuje. „I tato generace si pochopitelně uvědomuje, že byznys funguje především za účelem zisku. Mileniálové se však častěji než jiné skupiny zaměstnanců zajímají i o to, jak byznys své bohatství sdílí s ostatními, respektive jak rov-

noměrně z něho těží ostatní skupiny,“ říká Lucie Mádlová. S atmosférou uvnitř tzv. zodpovědných společností souvisí také to, kdo sem tyto myšlenky vnáší. U většiny velkých firem je za oblast CSR zodpovědné samostatné oddělení, mnohdy je součástí marketingu a komunikace, někdy spadá pod HR. Nesmírně důležitá je podpora nejvyššího vedení, tzv. udržitelný leadership. „Ne nadarmo se říká, že ryba smrdí od hlavy, a pokud se nechovají eticky představitelé společnosti, nedá se za odpovědnou považovat ani firma,“ upřesňuje Lucie Mádlová.

Éra globálního a systematického zodpovědného přístupu k podnikání sice zatím není nijak dlouhá, je však patrné, že používat CSR čistě jen jako marketingovou vějíčku dlouhodobě nevede k pozitivním ekonomickým výsledkům. Naopak je vyčísleno, že udržitelné byznys modely by mohly do roku 2030 otevřít ekonomické příležitosti v hodnotě minimálně 12 biliónů amerických dolarů a přinést 380 miliónů pracovních míst.

## ÚTERÝ, DEN STVOŘENÝ PRO DARY

Letos se Česko už podruhé připojí k celosvětovému svátku dárcovství, tzv. #GivingTuesday. Kampaň má americké kořeny a koná se po celém světě ve stejný den, vždy první úterý po americkém Dni díkůvzdání a páteční nákupní horečce Black Friday a její období on-line Cyber Monday v USA. Letos připadá #GivingTuesday na úterý 28. listopadu. V ten den firmy darují velké částky peněz charitám, probíhají dobrovolnické aktivity, semináře, a zahajuje se tím neoficiální filantropická sezóna.

K tomu, abyste se do #GivingTuesday zapojili, nepotřebujete zrovna přesvědčit celou vaši firmu, i když by to z hlediska výsledného efektu bylo samozřejmě nejlepší. Jako jednotlivec můžete například darovat věci, které už nepoužíváte, nebo se zapojit do expertního dobrovolnictví, tedy věnovat čas, svou expertizu a dovednosti. Například v o. p. s. Tamtamy, jež pomáhá lidem s handicapem, si #GivingTuesday přejmenovali na #GivingBrainDay. Protože nemají mozek na spoustu věcí, chtějí v ten den získat kromě peněz taky dobrovolníky – potřebují experty na marketing, manažerské účetnictví i na dokončení nového webu. V Albatros Media se zase připravují na týdenní akci s názvem #GivingBooksWeek. Od 21. do 28. listopadu mohou lidé darovat svou knihu komukoliv, komu s ní udělají radost. Albatros Media za každou fotku sdílenou na Instagramu rozdělí 30 Kč mezi tři vybrané neziskové organizace. A společnost Skanska pořádá s nadací Nadání a dovednosti sbírku formálního a byznys oblečení pro děti, které brzy opustí dětské domovy, a tudíž hledají práci a obcházejí pohovory.

Novinkou tohoto ročníku jsou ambasadoři z řad známých českých osobností, například spisovatelka Barbara Nesvadbová, topmodelka a filantropka Petra Němcová nebo herec a moderátor Michal Kavalčík. Každý z nich má na #GivingTuesday svou vlastní dárcovskou výzvu. „Jsem přesvědčena, že i letos bude #GivingTuesday nejtěšnějším dnem v roce,“ říká Lucie Mádlová. ●

«Už podruhé se Česko připojí k celosvětovému svátku dárcovství, tzv. #GivingTuesday. Letos připadá na úterý 28. listopadu.»