

NEJVĚTŠÍ FIRMY ZAČNOU UVÁDĚT, JAKÝ DOPAD MAJÍ NA OKOLÍ

ZHRUBA TŘI DESÍTKY VELKÝCH ČESKÝCH FIREM BUDOU MUSET NOVĚ ZAČÍT VYDÁVAT ZPRÁVU O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI.



Milan Mikulka
milan.mikulka@economia.cz

Poslanci tento měsíc schválili pro velké společnosti novou povinnost. Od roku 2018 bude muset zhruba třicetka největších firem v Česku vydat zprávu o společenské odpovědnosti (CSR), tedy veřejně říct, jaký dopad mělo jejich podnikání v předchozím roce na okolí či co dělají pro své zaměstnance. O tom, jaký dopad bude nová povinnost mít na české podniky, se bavili odborníci i zástupci společnosti v diskusi, kterou uspořádaly Hospodářské noviny ve spolupráci s poradenskou firmou Deloitte. Česko novou povinnost, která bude platit v celé EU, zavádí v minimálním rozsahu, jaký žádá Evropská komise. To znamená, že se týká jen zhruba 26 největších firem v této zemi. „Pokud jsou firmy součástí konsolidovaného celku a vydává report jejich mateřská společnost, tak tuto zprávu vydávat lokálně nemusí,“ upřesňuje Lucie Mádlová z Asociace společenské odpovědnosti.

Do budoucna se regulace zvyšovat nemá. „Přikládáme se k tomu, aby se povinnost nerozšiřovala, aby to firmy dělaly dobrovolně,“ říká Hana Šimková z ministerstva průmyslu, pod kterou spadá dopad regulace a společenská odpovědnost podniků. „Spousta firem už takové zprávy v nějaké formě vydává dobrovolně, aby zlepšila vnímání své značky,“ doplňuje Lenka Neuvirtová z Deloitte.

Společnosti rovněž mají volnost v tom, jakými pravidly se budou při sestavení zprávy řídit. Auditor také bude pouze kontrolovat, zda jsou splněny náležitosti podle zákona, nikoliv zda jsou uvedené údaje pravdivé. „Dnes je společnost on-line a firma si nemůže dovolit v této věci lhát, protože se jí to vždycky negativně vrátí. Obzvláště když je to velká korporace sledovaná i řadou aktivistů,“ říká Mádlová.

Jednou z firem, která bude muset povinně každý rok zprávu zveřejnit, je energetická skupina ČEZ. Ta už zhruba 12 let vydává zprávu dobrovolně a novou povinnost nekritizuje. Oceňuje, že zákon nediktuje, jak se má postupovat. „Nové nastavení pravidel v Česku je pro nás přívětivé, dává nám možnost vybrat si, jak tuto zprávu uděláme, čemu budeme věnovat největší pozornost,“ uvádí Michaela Chaloupková, členka představenstva ČEZ.

S novými pravidly chce ale ČEZ zprávu „profesionalizovat“. „Dřív jsme si jí dělali podle sebe, teď jsme

Deloitte Academy

“Některé investiční fondy vyrazují ze svých portfolií akcie firem jen proto, že nejsou příliš šetrné k životnímu prostředí.

Michaela Chaloupková
členka představenstva ČEZ

si řekli, že je třeba jít podle nějaké mezinárodní uznávané metodiky. Nakonec jsme si na to najali poradce, aby nám řekli základní strategii, jak na to,“ říká Chaloupková. „Pro nás pak bylo nejtěžší posbírat všechna data. I proto si nový způsob zprávy zkoušíme nanečisto dva roky. Ale bez prvního pomoci poradci bychom se s tím docela trápili,“ dodává.

Podle Bohdana Soukupa, technického ředitele vodárenské společnosti Veolia, která dobrovolně zprávu vydává několik let, je důležité umět s daty pracovat. „Řadu údajů firma stejně sbírá z jiných důvodů, jen se s nimi musí naučit jinak zacházet, a to chvíli trvá,“ říká. Diskutující se shodli na tom, že je lepší vydávat samostatnou zprávu o odpovědnosti než ji komponovat do výroční zprávy. „Můžeme ji na obchodním jednání předat partnerovi a pochlubit se. Je to lepší než ho zmučit spoustou čísel a statistik,“ popisuje Soukup. Podle Chaloupkové oddělením obou zpráv si firma vypracování zprávy o odpovědnosti odloží na dobu, kdy ji nevytlačuje práce na výroční zprávu.

„Už to není volba, zda takovou zprávu vydávat, ale jeden ze základních nástrojů ke zvyšování konkurenční schopnosti. Značka v dnešní době musí být komunikována ven jako ta, která jde cestou udržitelného rozvoje,“ říká Chaloupková. „Některé investiční fondy vyřazují ze svých portfolií akcie firem jen proto, že nejsou příliš šetrné k životnímu prostředí. Lidé jsou ochotni si připlatit za produkt, který byl vyroben šetrně. A i na zaměstnancích vidím, že si svého zaměstnavatele vybírají i podle toho, jak působí navenek,“ vysvětluje Chaloupková a pokračuje: „Překvapilo mě, kolik uchazečů o práci se ptá, jak má naše firma hodnoty. To před deseti patnácti lety bylo výjimečné.“

Podle Soukupa bude chování firmy k okolí hrát roli například i u veřejných zakázek. „Podle mě to do Česka postupně přichází. V minulosti rozhodovala vesměs nejnižší cena, ale nebude to trvat dlouho a bude posuzováno, jaký jste zaměstnavatel, jak v regionu působíte, jak se dělíte o zisk,“ mini Soukup.

IHNED.cz
Videozáznam z diskuse Byznys On-line na
multimedia.ihned.cz

Ne volba, ale už nutnost, pokud chcete získat mladé lidi

Mladí lidé se při rozhodování, u koho budou pracovat, čím dál víc ohlížejí na image firmy. Nejen kolik si u ní vydělají, ale i co dělá pro své okolí či jaké má hodnoty. A aby se firmám dařilo nové lidi přilákat, je nutné značku budovat tak, že je společensky odpovědná. Shodli se na tom účastníci diskuse Nefinanční reportování a CSR, kterou uspořádaly Hospodářské noviny ve spolupráci s Deloitte Academy. U kulatého stolu (zleva): Hana Šimková (MPO), Lucie Mádlová (Asociace společenské odpovědnosti), Bohdan Soukup (Veolia), Michaela Chaloupková (ČEZ), Lenka Neuvirtová (Deloitte), Martin Jašminský (šéfredaktor HN).

Foto: HN - Matej Slávik

Lenka Neuvirtová, ředitelka auditu v Deloitte ČR

Zpráva o udržitelnosti je pro podnik reklamou a pomáhá šetřit náklady

Milan Mikulka
milan.mikulka@economia.cz

Silným důvodem, proč dělat zprávu o společenské odpovědnosti (CSR), je to, že pomáhá zlepšovat image firmy, prvkem při rozhodování mezi nabídkami. Mladí chtějí pracovat pro firmu, ve které budou mít pocit, že jejich práce má nějaký smysl. Navíc je několik soutěží, které se CSR zprávami zabývají. A když společnost nějaké takové úspěje, přispívá to k šíření jejího dobrého jména. Navíc potenciální obchodní partneři berou tuto nefinanční zprávu jako důležitý prvek obchodních diskuzí.

HN: Co se změní v okamžiku, kdy v Česku začnou platit nová pravidla pro vydávání zpráv o společenské odpovědnosti?

Nečekáváme žádnou velkou skokovou změnu. Podniky, pro které začnou pravidla být závazná, už vesměs nějakou zprávu o udržitelnosti vydávají. Doteď byla úplná volnost, jak si zprávu napsat, nově bude mít právní základ a právě zákonem danou minimální strukturu. Bude tak možné tyto zprávy jednotlivých společností lépe porovnávat.

HN: Kolik je firem, kterých se to bude týkat?

Podle důvodové zprávy k novele zákona o účetnictví, který tuto oblast upravuje, by jich mělo být 26. Ale podniků, které zprávu o udržitelnosti vydávají, je mnohonásobně víc. V současnosti vidíme zvýšený zájem – firmy chtějí ukázat majitelům, zaměstnancům, zákazníkům i svému okolí, že jsou odpovědnou společností.

HN: Co taková zpráva může přinést firmám?

Například je to dobré pro jejich image. To je silný důvod pro to, dělat zprávu o udržitelnosti. Ale zároveň taková aktivita může mít pozitivní dopad na chod podniku, jeho strategii i hospodaření. Pomáhali jsme jedné energetické společnosti s tím, jak začlenit udržitelný rozvoj do své firemní strategie a nefinančního reportingu. Do toho spadá třeba cíl snížit emise či odpad nebo lepší využití materiálu a tím snížení jeho spotřeby, což se samozřejmě pozitivně odráží rovněž v hospodaření společnosti. V neposlední řadě je pak taková firma vnímána jako inovativní s pozitivním vztahem k zákazníkům.

kovi, což jí může otevřít nové obchodní příležitosti.

Dalším zajímavým trendem je, že mladá generace víc než předchozí vnímá, jak se zaměstnavatel prezentuje. Při současném nastavení na trhu, kdy je nedostatek zaměstnanců, to může být rozhodujícím prvkem při rozhodování mezi nabídkami. Mladí chtějí pracovat pro firmu, ve které budou mít pocit, že jejich práce má nějaký smysl. Navíc je několik soutěží, které se CSR zprávami zabývají. A když společnost nějaké takové úspěje, přispívá to k šíření jejího dobrého jména. Navíc potenciální obchodní partneři berou tuto nefinanční zprávu jako důležitý prvek obchodních diskuzí.

HN: Jaký dopad může mít nová povinnost pro zhruba třicetku firem na ostatní společnosti v zemi?

Největší dopad je v tom, že se o CSR zprávách víc mluví. A to může přimět další společnosti se zamyslet, jestli něco takového pro ně může být užitečné.

HN: Jaké je největší problém při tvorbě nefinanční zprávy?

Klíčové je, jestli aktivity kolem udržitelnosti za své vezme vedení firmy, ten, kdo rozhoduje. Pokud ne, tak to nefunguje a zpráva o udržitelnosti dá podnik dohromady jen stěží, protože to vyžaduje spolupráci různých oddělení napříč společností. Pokud lídři firmy tuto věc podporují, pak je nejtěžší sesbírat data a nastavit první report v souladu s uznávanými standardy, další roky už je to jednodušší. Některé údaje už firmy uvádět musí ve výroční zprávě, například z oblasti životního prostředí a o zaměstnancích.

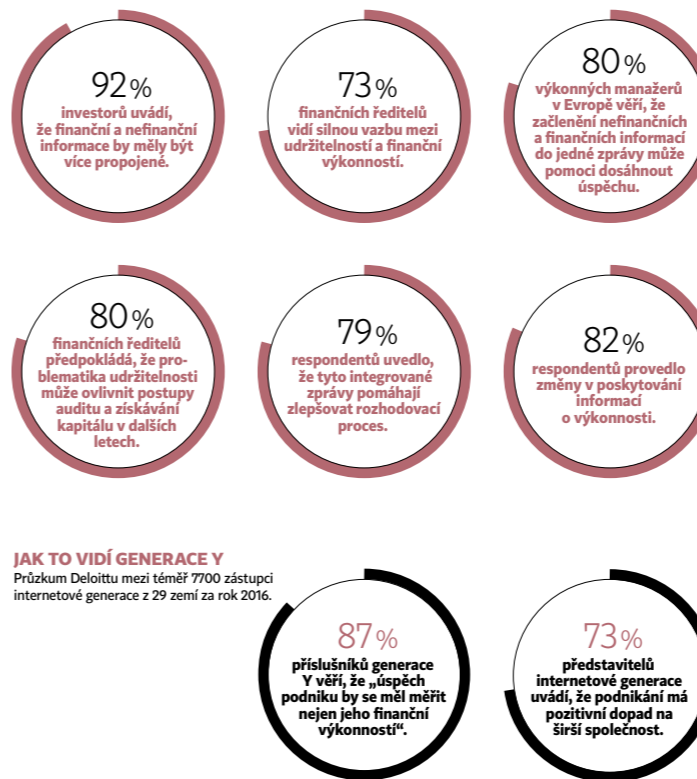
HN: V minulosti se ve firmách postupně vyčleňovaly personální oddělení či marketing. Budou podobné v budoucnu ve firmách vznikat týmy zabývající se dopadem společnosti na své okolí?

Vypadá to tak. Řada z firem, na které bude mít zákon dopad, ale už má na CSR vyčleněné lidi. V řadě firem funguje filantropie, společnosti čím dál častěji zakládají své nadační fondy. O tom ale udržitelnost není. Nyní nabývá na významu jednak téma životního prostředí a obecně dopadu na své okolí, ale také vztah k zaměstnancům.

“Mladí chtějí pracovat pro firmu, ve které budou mít pocit, že jejich činnost má nějaký smysl.”

FINANČNÍ MANAŽEŘI A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST FIREM

Průzkum Deloitte o společenské odpovědnosti firem mezi 179 finančními manažery ve střední Evropě. Vedle Česka bylo zahrnuto Slovensko, Maďarsko, Slovinsko, Bulharsko, Kosovo, Lotyšsko, Litva, Srbsko a Rumunsko.

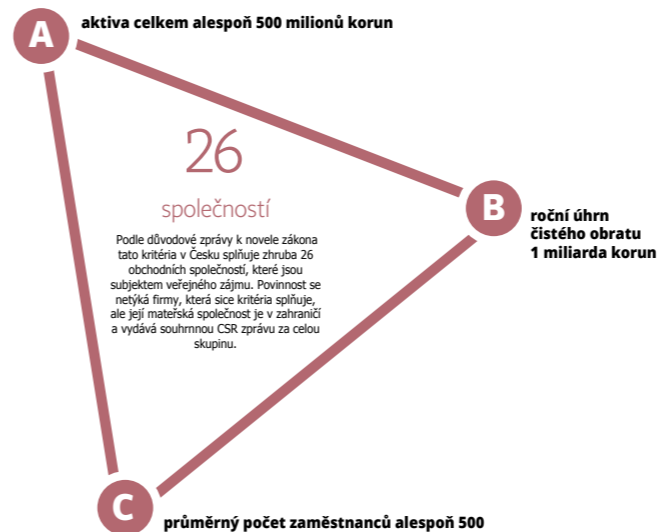


JAK TO VIDÍ GENERACE Y

Průzkum Deloitte mezi téměř 7700 zástupci internetové generace z 29 zemí za rok 2016.

ZÁKON O VYKAZOVÁNÍ NEFINANČNÍCH INFORMACÍ

Kdo podle zákona bude muset zprávu vydávat? Subjekt, který splňuje alespoň dvě ze tří kritérií:



Lenka Neuvirtová (39)

Ředitelka v oddělení auditu společnosti Deloitte ČR, kde pracuje od roku 2001. Na starost má aktivitu zaměřenou na trvale udržitelný rozvoj. Kromě toho vede tým auditních poradenských služeb. Je členkou Komory auditorů České republiky.

Foto: HN - Matej Slávik