



natasa.matulayova@fvp.slu.cz



Ústav veřejné správy a sociální politiky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

FAKULTA VEŘEJNÝCH
POLITIK V OPAVĚ

VS24VPO33

SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST

NATAŠA MATULAYOVÁ

1. Koncept společenské odpovědnosti (světový vývoj, přístupy, historie, významní představitelé).
2. Koncept společenské odpovědnosti (vývoj v České republice, přístupy, významní představitelé).
3. Oblasti působení společenské odpovědnosti (ekonomická, environmentální, sociální).
4. Zavádění konceptu odpovědnosti v organizacích (přístupy, motivace a tvorba konceptu).
5. Hodnocení a reportování společenské odpovědnosti.
6. Kritika konceptu společenské odpovědnosti.
7. Pohledy na problematiku společenské odpovědnosti z hlediska významných světových organizací (OECD, EU).
8. Příbuzné koncepty a podnikatelská etika (Corporate citizenship, Work-life balance, filantropie, trvale udržitelný rozvoj apod.).
9. Společenská odpovědnost vysokých škol (příklady dobré praxe).
10. Projevy společenské odpovědnosti (iniciativy, projekty, aktivity v České republice).
11. Příklady dobré praxe v České republice i zahraničí.
12. Shrnutí a diskuze.



3. OBLASTI PŮSOBENÍ SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI / PILÍŘE CSR

EKONOMICKÁ

ENVIRONMENTÁLNÍ

SOCIÁLNÍ



EKONOMICKÁ ODPOVĚDNOST FIREM

Ekonomická odpovědnost v CSR: firmy podnikají nejen s cílem dosahovat zisku, ale také s ohledem na dlouhodobou udržitelnost, etické podnikání a pozitivní dopady na společnost

Hlavní oblasti ekonomické odpovědnosti:

Etické podnikání a transparentnost

- ✓ Dodržování zákonných a etických norem v podnikání.
- ✓ Férové jednání s partnery, zákazníky a zaměstnanci.
- ✓ Otevřená komunikace o finančních výsledcích a strategiích.

Dlouhodobá ekonomická udržitelnost

- ✓ Investice do inovací a udržitelných technologií.
- ✓ Podpora lokálních dodavatelů a rozvoj komunit.
- ✓ Zajištění stability pracovních míst.

EKONOMICKÁ ODPOVĚDNOST FIREM

Férové mzdy a pracovní podmínky

- ✓ Spravedlivé ohodnocení zaměstnanců.
- ✓ Transparentní kariérní růst a podpora vzdělávání.
- ✓ Rovné příležitosti pro všechny zaměstnance.

Příklady dobré praxe:

- ✓ **Etické bankovníctví:** Banky a investiční fondy podporující zelené investice.
- ✓ **Sociálně odpovědné podniky:** Firmy, které vracejí část zisku do komunity (např. Fair Trade organizace).
- ✓ **Startupy se sociálním dopadem:** Podniky kombinující ekonomický úspěch s pozitivním společenským dopadem (např. ekologické technologie).

ENVIRONMENTÁLNÍ ODPOVĚDNOST FIREM

Environmentální odpovědnost v CSR: firmy se snaží minimalizovat negativní dopad své činnosti na životní prostředí a přispívat k ochraně přírodních zdrojů

Hlavní oblasti environmentální odpovědnosti:

Snižování uhlíkové stopy

- ✓ Použití obnovitelných zdrojů energie.
- ✓ Omezení emisí CO₂ a skleníkových plynů.
- ✓ Investice do zelených technologií (např. elektromobilita).

Efektivní využívání zdrojů a recyklace

- ✓ Minimalizace odpadu ve výrobním procesu.
- ✓ Opětovné využití surovin a cirkulární ekonomika.
- ✓ Omezení používání plastů a jednorázových obalů.

ENVIRONMENTÁLNÍ ODPOVĚDNOST FIREM

Udržitelná výroba a dodavatelské řetězce

- ✓ Výběr ekologicky šetrných dodavatelů.
- ✓ Kontrola environmentálních standardů v celém výrobním cyklu.
- ✓ Podpora biodiverzity a ochrany přírodních ekosystémů.

Příklady dobré praxe:

- ✓ **Zelené energetické společnosti:** Firmy investující do solární a větrné energie.
- ✓ **Ekologické výrobní procesy:** Automobilky přecházející na elektromobily a udržitelné materiály.
- ✓ **Zero Waste firmy:** Společnosti omezující odpad a podporující cirkulární ekonomiku (např. Patagonia, IKEA).

SOCIÁLNÍ ODPOVĚDNOST FIREM

Sociální odpovědnost v CSR: týká se přístupu firem k zaměstnancům, komunitám a širší společnosti, se zaměřením na férové pracovní podmínky, inkluzi a podporu veřejně prospěšných projektů.

Hlavní oblasti sociální odpovědnosti:

Podpora zaměstnanců

- ✓ Férové mzdy a pracovní podmínky.
- ✓ Rovné příležitosti a inkluze (diverzita na pracovišti).
- ✓ Work-life balance, podpora duševního zdraví.

Zapojení do komunit a podpora vzdělávání

- ✓ Dobrovolnictví zaměstnanců a podpora neziskových organizací.
- ✓ Stipendijní programy pro studenty a vzdělávací projekty.
- ✓ Spolupráce s univerzitami na výzkumných a inovačních projektech.

SOCIÁLNÍ ODPOVĚDNOST FIREM

Etický přístup k zákazníkům a stakeholderům

- ✓ Transparentní marketing bez klamavé reklamy.
- ✓ Zodpovědné nakládání s osobními údaji zákazníků.
- ✓ Výroba produktů, které mají pozitivní společenský dopad.

Příklady dobré praxe:

- ✓ **Zaměstnavatelé podporující rodiče:** Firmy nabízející flexibilní pracovní podmínky.
- ✓ **Technologické firmy bojující proti diskriminaci:** IT společnosti prosazující diverzitu ve vedení.
- ✓ **Sociální podniky:** Například kavárny zaměstnávající osoby se zdravotním postižením.

PILÍŘE CSR

Ekonomická oblast	Sociální oblast	Environmentální oblast
Etika (např. etika podnikání)	Odpovědné chování organizace zaměstnancům vůči	Podpora ochrany životního prostředí a přírodních zdrojů
Transparentnost	Ochrana a podpora jejich zdraví a bezpečnosti	Posuzování vlivů činností na zdraví
Pozitivní vztahy s dodavateli a dalšími partnery	Rovný přístup, rovné příležitosti	Ekologická politika organizace, prevence znečištění
Aktivní zapojení zákazníků a partnerů do procesů organizace	Dobrovolnictví	Využívání obnovitelných zdrojů
Kvalita výrobků a služeb	Vyváženost pracovního a osobního života zaměstnanců	Minimalizace vlastní ekologické stopy
Pozitivní dopad na ekonomiku na lokální úrovni	Etika (např. profesní etika)	
Odmítání korupce, boj proti korupci	Pozitivní vztahy se zákazníky	
Ochrana duševního vlastnictví, ochrana dat, cybersecurity	Podpora okolní komunity	
Odpovědné nakupování	Lidská práva	

4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Přístupy k zavádění odpovědnosti v organizacích

Hlavní přístupy k odpovědnému řízení

Filantropický přístup

- Dobrovolná podpora veřejně prospěšných aktivit (např. charitativní dary, sponzorství).
- Organizace přispívá na dobročinné účely, ale její hlavní strategie se nemění.

Příklad: Firmy přispívající na vzdělávací programy nebo ekologické iniciativy.

Reaktivní přístup

- Organizace zavádí odpovědnost pouze jako reakci na externí tlaky (např. legislativu, kritiku veřejnosti).
- Cílem je minimalizovat riziko špatné pověsti nebo právních problémů.

Příklad: Firmy snižující emise kvůli novým regulacím EU.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Přístupy k zavádění odpovědnosti v organizacích

Hlavní přístupy k odpovědnému řízení

Proaktivní přístup

- Organizace aktivně integruje odpovědnost do strategie a inovací.
- Vnímá odpovědnost jako příležitost ke zlepšení konkurenceschopnosti a udržitelnosti.

Příklad: Technologie podporující energetickou efektivitu, cirkulární ekonomiku.

Integrovaný přístup

- Odpovědnost je součástí hlavního obchodního modelu organizace.
- Organizace podniká tak, aby dlouhodobě prospívala nejen ekonomicky, ale i společensky a environmentálně.

Příklad: Patagonia – cirkulární ekonomika a oprava oblečení místo nové výroby.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Přístupy k zavádění odpovědnosti v organizacích

CSR vs. ESG přístup

- ✓ **CSR (Corporate Social Responsibility)** = zaměřeno na dobrovolné iniciativy firem.
- ✓ **ESG (Environmental, Social, Governance)** = soubor konkrétních kritérií pro hodnocení odpovědnosti a udržitelnosti firem, klíčový pro investory a regulační orgány.

Shrnutí

Organizace mohou přistupovat k odpovědnosti různými způsoby – od filantropie po plnou integraci do byznys modelu. Výběr přístupu závisí na strategických cílech, tlaku stakeholderů a regulačním rámci.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Motivace organizací pro zavádění odpovědnosti

Proč organizace zavádějí odpovědnost?

Motivace může být vnější (regulace, zákazníci, investoři) i vnitřní (inovace, efektivita, etické hodnoty).

Externí faktory motivující organizace

Regulace a legislativa

- Přísnější environmentální normy (např. Green Deal, ESG reporting).
- Požadavky na udržitelný dodavatelský řetězec.

Příklady: Omezení plastových obalů, uhlíkové daně.

Očekávání zákazníků a společnosti

- Spotřebitelé preferují udržitelné a etické produkty.
- Nárůst transparentnosti – online recenze, certifikáty.

Příklad: Růst poptávky po fair-trade a bio produktech.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Motivace organizací pro zavádění odpovědnosti

Externí faktory motivující organizace

💰 Tlak investorů a finančních institucí

- Investoři preferují odpovědné firmy (ESG fondy, zelené dluhopisy).
- Banky nabízejí výhodnější financování pro udržitelné projekty.

Příklad: BlackRock podporující ESG investice.

💛 Reputace a vztahy se stakeholdery

- Důvěryhodnost firmy ovlivňuje její úspěšnost na trhu.
- Média a veřejnost sledují etické chování firem.

Příklad: Kauzy greenwashingu a jejich dopad na image firmy.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Motivace organizací pro zavádění odpovědnosti

Interní faktory motivující organizace

Konkurenční výhoda

- Diferenciace od konkurence skrze udržitelné produkty a služby.
- Silnější značka a loajalita zákazníků.

Inovace a efektivita

- Udržitelná řešení mohou snižovat náklady (např. úspora energií).
- Lepší využití zdrojů vede k vyšší produktivitě.

Zaměstnanecká spokojenost

- Lidé preferují pracovat pro firmy, které jednají eticky.
- Odpovědné firmy mají nižší fluktuaci zaměstnanců.

Dlouhodobá udržitelnost podnikání

- Přizpůsobení se budoucím změnám trhu a regulacím.
- Snížení podnikatelských rizik.



PŘÍKLADY MOTIVACÍ V PRAXI

IKEA: Zavádění cirkulární ekonomiky a recyklovatelných materiálů

Motivace: Proč IKEA zavádí cirkulární ekonomiku?

- ◆ **Ekologická odpovědnost** – IKEA chce snížit spotřebu přírodních zdrojů a produkci odpadu.
- ◆ **Rostoucí tlak zákazníků** – Lidé vyžadují udržitelný design a ekologické produkty.
- ◆ **Regulace a ESG požadavky** – Evropská unie a další trhy zavádějí přísnější normy pro odpady a udržitelnost.
- ◆ **Snížení nákladů** – Cirkulární ekonomika umožňuje lepší využití materiálů a minimalizaci odpadu.
- ◆ **Konkurenční výhoda** – Udržitelnost se stává klíčovým faktorem při rozhodování zákazníků.

Kroky IKEA směrem k udržitelnosti:

- ✓ **100% cirkulární ekonomika do roku 2030** – IKEA chce vyrábět produkty pouze z recyklovaných nebo obnovitelných materiálů.
- ✓ **Recyklované materiály** – Dřevo, plast a textilie z recyklovaných zdrojů (např. PET lahve).
- ✓ **Program zpětného odkupu nábytku** – Zákazníci mohou vrátit starý nábytek k opravě nebo dalšímu prodeji.
- ✓ **Nové obchodní modely** – Pronájem nábytku místo jednorázového prodeje.
- ✓ **Snížení uhlíkové stopy** – IKEA přechází na obnovitelné zdroje energie ve výrobě a dopravě.

Výsledky a dopady:

- ✦ IKEA investovala do recyklovaných materiálů více než 1 miliardu EUR.
- ✦ V roce 2022 snížila emise CO₂ o 5 % díky efektivnější logistice.
- ✦ Do roku 2025 plánuje ukončit používání jednorázových plastů ve svých produktech.






💡 **Příklad konkrétního produktu:**

IKEA vyvinula kolekci nábytku KUNGSBACKA, která je vyrobena z recyklovaných PET lahví a dřevěného odpadu.






PŘÍKLADY MOTIVACÍ V PRAXI

Google: Investice do obnovitelných zdrojů energie




Motivace: Proč Google investuje do obnovitelných zdrojů?

-  **Zodpovědná korporátní strategie** – Google chce minimalizovat svou uhlíkovou stopu.
-  **Tlak investorů a ESG požadavky** – Investoři upřednostňují firmy s udržitelným přístupem.
-  **Finanční úspory** – Přejít na obnovitelné zdroje může dlouhodobě snížit provozní náklady.
-  **Regulace** – Růst legislativních požadavků na emise a energetickou účinnost.
-  **Tlak zákazníků a zaměstnanců** – Lidé chtějí pracovat a spolupracovat s firmami, které dbají na udržitelnost.

Kroky Googlu v oblasti obnovitelné energie:

-  **100% uhlíkově neutrální od roku 2007** – Google kompenzuje všechny své emise CO₂.
-  **Přechod na 100% obnovitelnou energii (od 2017)** – Všechna datacentra a kanceláře Googlu jsou poháněna čistou energií.
-  **Investice do solární a větrné energie** – Google investoval přes 7 miliard USD do obnovitelných zdrojů.
-  **Vývoj pokročilé AI pro efektivitu energií** – AI od Googlu optimalizuje spotřebu elektřiny v datových centrech.
-  **Cíl: Do roku 2030 provoz bez uhlíkových emisí** – Google chce, aby každá operace běžela pouze na bezemisní energii.

Výsledky a dopady:

-  Google je největším firemním odběratelem obnovitelné energie na světě.
-  Datacentra Googlu spotřebovávají o 30 % méně energie díky AI optimalizaci.
-  Firma podporuje inovace v oblasti bateriových úložišť pro lepší využití solární a větrné energie.

 **Příklad konkrétní iniciativy:**

Google se spojil s firmou Ørsted na výstavbě větrných parků v Texasu.

PŘÍKLADY MOTIVACÍ V PRAXI

Volkswagen – Přechod na elektromobily a udržitelnou mobilitu

Motivace: Proč Volkswagen přechází na elektromobilitu?

- 🏛️ **Přísné emisní regulace** – Evropská unie zavádí limity pro CO₂, které nutí výrobce snižovat emise.
- 🌍 **Společenský tlak na ekologii** – Spotřebitelé i investoři požadují udržitelné technologie.
- 💰 **Finanční pobídky** – Vlády podporují elektromobilitu dotacemi a investicemi do nabíjecí infrastruktury.
- 📉 **Pokles poptávky po spalovacích motorech** – Postupné omezení a zákaz prodeje spalovacích aut v některých zemích.
- 🔋 **Technologický pokrok** – Vývoj levnějších baterií a zvýšení dojezdu elektromobilů.

Kroky Volkswagenu směrem k elektromobilitě:

- ✅ **Plán "Accelerate"** – úplný přechod na elektromobilitu: Volkswagen oznámil, že do roku 2035 **ukončí výrobu vozidel se spalovacími motory** v Evropě. Do roku 2030 plánuje, že **70 % prodaných vozů v Evropě** budou elektromobily.
- ✅ **Masivní investice do vývoje elektromobilů:** Volkswagen plánuje investovat **180 miliard eur do roku 2026** do elektromobility a digitalizace. Vývoj nové generace elektromobilů s **cenou pod 25 000 eur** (Volkswagen ID.2).
- ✅ **Výstavba továrny na baterie:** Volkswagen buduje **šest továren na baterie v Evropě** pro snížení nákladů na výrobu elektromobilů. Cílem je **zvýšit kapacitu baterií a snížit závislost na dodavatelích z Asie**.
- ✅ **Budování infrastruktury pro nabíjení:** Volkswagen spolupracuje s energetickými firmami na rozšíření **nabíjecích stanic IONITY v Evropě**. Cíl: Do roku 2025 vybudovat **18 000 rychlonabíjecích stanic** v Evropě.
- ✅ **Udržitelnost v celém dodavatelském řetězci:** **100% uhlíkově neutrální výroba** modelu **Volkswagen ID.4**. Používání recyklovaných materiálů v interiérech elektromobilů.

PŘÍKLADY MOTIVACÍ V PRAXI

Volkswagen – Přechod na elektromobily a udržitelnou mobilitu

Výsledky a dopady Volkswagenu v elektromobilitě

- ✦ Volkswagen v roce 2023 prodal více než 500 000 elektromobilů, což je nárůst o 25 % oproti předchozímu roku.
- ✦ Modely Volkswagen ID.3 a ID.4 patří mezi nejprodávanější elektromobily v Evropě.
- ✦ Snížení emisí CO₂ díky rozšiřování flotily elektromobilů.
- ✦ Volkswagen plánuje do roku 2050 dosáhnout uhlíkové neutrality.

💡 Příklad konkrétního modelu:

Volkswagen ID. Buzz – první elektrická verze ikonického minibusu VW, vyráběná s důrazem na udržitelnost.

Shrnutí

- ✓ Volkswagen investuje **miliardy eur do elektromobility** a plánuje úplný přechod na elektrická auta.
- ✓ Automobilka **buduje vlastní továrny na baterie** a **rozšiřuje síť nabíjecích stanic**.
- ✓ **Do roku 2035 v Evropě zcela skončí s výrobou spalovacích motorů**.
- 📣 **Dlouhodobý cíl:** Stát se **lídr v elektromobilitě** a dosáhnout uhlíkové neutrality do roku 2050. 🚗 ⚡

4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Tvorba a implementace konceptu odpovědnosti

Klíčové kroky při zavádění odpovědnosti do organizace

- 1 Analýza současného stavu**
 - Identifikace hlavních oblastí dopadu organizace.
 - Zjištění očekávání stakeholderů.
- 2 Stanovení cílů a priorit**
 - Definování konkrétních a měřitelných cílů odpovědnosti.
 - Například: snížení emisí CO₂ o 30 % do roku 2030.
- 3 Zapojení stakeholderů**
 - Konzultace se zaměstnanci, zákazníky, investory a komunitami.
 - Transparentní komunikace a budování důvěry.
- 4 Implementace opatření**
 - Zavedení konkrétních projektů a změn v procesech (např. etický kodex, udržitelný dodavatelský řetězec).
- 5 Měření a reporting výsledků**
 - Pravidelné hodnocení dopadů a zveřejňování výsledků.
 - Použití ESG reportů, GRI standardů, SDG cílů OSN.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Tvorba a implementace konceptu odpovědnosti

Nástroje pro implementaci odpovědnosti

- ✓ **Normy a certifikace** – ISO 26000, EMAS, Fair Trade.
- ✓ **ESG reporting a hodnocení** – Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability Accounting Standards Board (SASB).
- ✓ **Interní kodexy a směrnice** – Etický kodex, firemní pravidla udržitelnosti.

Příklad implementace odpovědnosti v praxi

[Coca-Cola | Asociace společenské odpovědnosti \(A-CSR\)](#)



COCA-COLA

The Coca-Cola Company je největší výrobce nápojů na světě působící ve více než 200 zemích. Mezi jeho značkami nalezneme čtyři z pěti nejprodávanějších nealkoholických sycených nápojů na světě: Coca-Cola, Coca-Cola Light (diet Coke), Sprite a Fanta. Společně s firmou Coca-Cola HBC zastupuje v Česku a na Slovensku tzv. Coca-Cola systém. Tento systém vytváří hodnoty jak pro odběratele, tak i pro spotřebitele, díky čemuž je v obchodním světě zcela unikátní.

Dlouhodobě udržitelný růst celého systému závisí na sdílených hodnotách, cílech a také na vzájemné spolupráci a podpoře mezi všemi zúčastněnými stranami. Spojujeme znalosti, zdroje a zkušenosti společnosti The Coca-Cola Company se znalostmi Coca-Cola HBC v oblasti plnění lahví, distribuce a prodeje. Společně firmy v tomto partnerství vytváří hodnoty již více než 60 let.

CSR strategie Coca-Cola HBC tvoří integrální součást rozhodování a cílů a je pro společnost obchodním imperativem. Podle Dow Jonesova indexu udržitelnosti se firma řadí k neudržitelnějším společnostem nápojového průmyslu v Evropě a patří k nejlepším i podle dalších měřítek ESG, jako jsou CDP Climate and Water, MSCI ESG a FTSE4Good. V Evropě společností Coca-Cola HBC a Coca-Cola Company sdílí většinu závazků k udržitelnosti, mezi které mimo jiné patří cirkularita obalů, nebo uhlíková neutralita napříč hodnotovým řetězcem do roku 2040.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

Náš přístup k udržitelnosti

33.74 GBP (-0.30%) 40.30 EUR (-1.80%) | Jazyk **CZ** | HLEDAT | STRÁN


Coca-Cola HBC
Česko a Slovensko

O nás | Naše portfolio 24/7 | E-shop | Zákazníci | Udržitelnost | Místní působení | Pracujte s námi | Media | Kontakt

NÁŠ PŘÍSTUP K UDRŽITELNOSTI

Home > Udržitelnost > Náš přístup k udržitelnosti > | Share | X

Lokálně stavíme strategii udržitelnosti na péči o vodu, snižování uhlíkové stopy včetně péče o naše obaly a na podpoře místních komunit. Na skupinové úrovni jsme se mimo jiné zavázali k dosažení bilančně nulových uhlíkových emisí nejpozději do roku 2040. Udržitelnost je jednou ze čtyřech základních hodnot, podle kterých každý den podnikáme.



V roce 2018 si skupina Coca-Cola Hellenic Bottling Company stanovila cíle udržitelnosti na následující období, a to do roku 2025.



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

V roce 2018 si skupina Coca-Cola Hellenic Bottling Company stanovila cíle udržitelnosti na následující období, a to do roku 2025.

Cíle rozdělujeme do následujících pilířů:

Snižování emisí

snižujeme spotřebu energie v našich závodech, využíváme obnovitelnou energii, přepravujeme zboží ekologickými dodávkami

Snižování spotřeby vody

snižujeme spotřebu vody ve výrobním procesu, staráme se a chráníme vodní zdroje

Svět bez odpadu

dodáváme na trh 100% recyklovatelné lahve, zvyšujeme v nich podíl recyklované složky a odlehčujeme jejich váhu

Zajišťování zdrojů

spolupracujeme pouze s dodavateli, kteří sdílí naše hodnoty, postoj k ochraně životního prostředí, dodržování lidských práv a odpovědný přístup

Výživa a zdraví

inovujeme portfolio, aby odpovídalo nejnovějším trendům a potřebám spotřebitelů; zvyšujeme podíl nekalorických produktů a na každé lahvi transparentně uvádíme výživové hodnoty

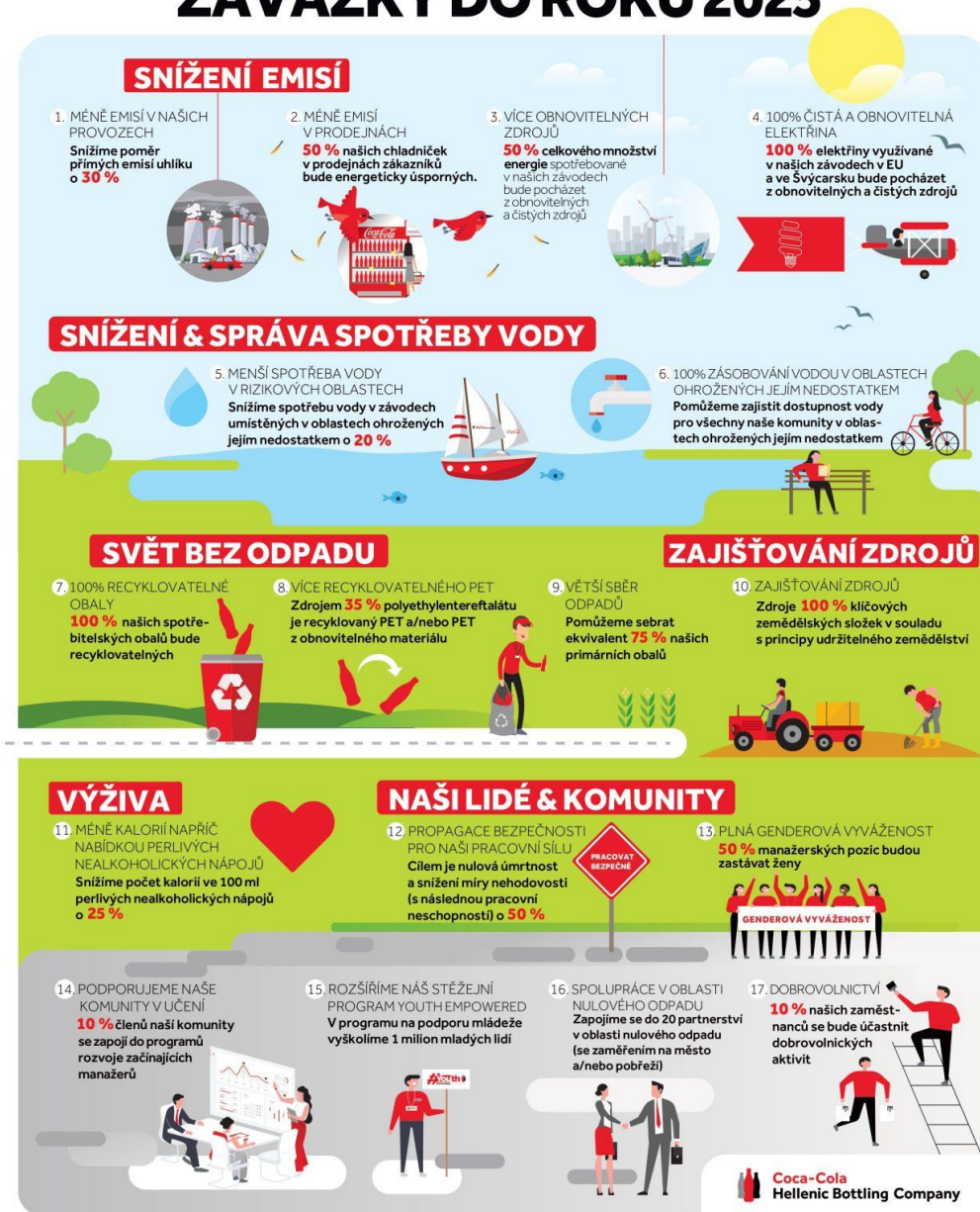
Naši lidé a komunity

dbáme o diverzitní a inkluzivní přístup v rozvoji naší společnosti, spolupracujeme s univerzitami, vzděláváme mladé a znevýhodněné a podpodporujeme komunity



4. ZAVÁDĚNÍ KONCEPTU ODPOVĚDNOSTI V ORGANIZACÍCH (PŘÍSTUPY, MOTIVACE A TVORBA KONCEPTU)

MISE UDRŽITELNOST ZÁVAZKY DO ROKU 2025





natasa.matulayova@fvp.slu.cz



Ústav veřejné správy a sociální politiky



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

FAKULTA VEŘEJNÝCH
POLITIK V OPAVĚ

**DĚKUJI VÁM
ZA POZORNOST!**