

# CSR Hungary Guideline 2013

## TARTALOM

### Fenntartható jövő, felelős üzlettel

---

Mi várható 2013-ban a CSR világában?	8
Mi van a jótékonyágon és a mecenatúrán túl?	10
Rio+20 – a jövőt szeretnénk!	14
Mindenki beszél róla...- de komolyan vesszük-e a klímaváltozást?	16
„Én voltam az Egyesült Államok következő elnöke...” (Al Gore)	21
Milyen lesz a Föld gazdasága 2050-ben? - interjú Nick Kóssal a PwC Magyarország vezérigazgatójával	22
A fenntarthatóság alfája és omegája: a felelős befektetés	26
Zöld közbeszerzés angol módra	28
Mit tud az EU2020 Stratégiáról?	30
Trójai falóként... (Anita Roddick)	32

### Vélemények első kézből a csr-ről

---

Merre tovább zöld világ?- interjú Lukács Andrással	34
Trend még a CSR?	36
Értelem és érzelem- interjú Küllői Péterrel	38
Bátor Tábor - ahol élmény a gyógyulás	40
CSR Hungary Díj 2012	42
CSR a sportban - a COOP olimpiai szurkolói mozgalom	46
Kis cég, kis csr? Nagy, cég nagy csr?	50
Közös ügy-madártávlatból	53
Hiperaktív- nem deviáns	56
CSR Hungary 2012	58
EMVFE CSR Akadémia	62

## Visszatekintő

---

Egy kis emlékeztető	64
Mi a Global Compact?	65
Milyen hatással vannak a politikai nézetek a a cégek csr-re?	66
Hamarosan lejár a Kiotói Egyezmény!	66
Adalék a Don Jones Fenntarthatósági Indexhez!	66
Mit tud a Kiotói egyezményről?	67

## Belső hang

---

Cselekedj lokálisan! -úton a fenntartható közbeszerzés felé	68
Az a bizonyos belső hang	72
Védd a magyart! Védd a hazait!	74

## Hírek a nagyvilágból

---

Fenékig! - Sörfőzők a tiszta vízért	77
Európa legnagyobb teherkerékpárja turnézik Bécsben	78
MOMO mozgó gyermekhospice	80
Több nőt a felsővezetésbe	80
Fordulópont a Nike-nál	81
Felelős marketing gyerekeknek	81

<b>Néhány gyakran használt kifejezés, mely a c(s)r-hoz kapcsolódik</b>	82
--	----

<b>A legismertebb csr pályázatok és díjak</b>	84
---	----

<b>Hasznos linkek</b>	86
-----------------------	----

# Mi várható 2013-ban a CSR világában?

6. éve hívja meg az MHC International a vezető csr szakértőket Közép-Londonba, azért hogy az üzlet, a tudomány és a civil világ közösen hívja fel a figyelmet a legfőbb csr trendekre.

Ezen az év eleji eseményen csak meghívással lehet részt venni. Itt határozzák meg a legfőbb csr és fenntarthatósági kérdéseket, melyek a kutatás, a tanácsadói szolgáltatások számára irányadók 2013-ban.

A CSR piac - s itt ténylegesen a szakmai piacról van szó, külföldön a szakmai piac cégeinek a funkcióját civil szervezetek nem veszik át, hisz mindenkinek megvan a maga funkciója - ezeknek a szakmai prioritásoknak megfelelően tervezik és szervezik.

Vegyük sorra, hogy milyen kulcsfontosságú témákat határoztak meg a face to face intenzív viták eredményeként!

A tavalyi eredményeket (jóslatokat) tekintve ez a szakértői társaság 1 és 10 közötti skálán értékelte a 2012. év előrejelzéseit. A végső konklúzió az volt, hogy a szakértők jóslatai egészében nem voltak messze a valóságtól. 2012-ben a legnagyobb meglepetés az volt, hogy a környezet, éghajlatváltozás helyett a hangsúly a több szereplős szociális, pénzügyi, gazdasági kérdésekre tevődött át.

Az egyik stresszpont az USA hozzáállása - ha kell konkrét vállalat hiánya - a környezeti változásokhoz. Ha aktívabb az amerikai politika szerepvállalása az éghajlatváltozásokban, akkor ez maga után vonta volna az üzleti szereplők fokozottabb aktivizálódását is.

A szélsőséges éghajlati események természetesen a sürgősségi fokozat erősségét emelnék. Így megint

marad az utolsó percben való reagálás - vagy addig amíg valamilyen katasztrófa nem történik - ebben a kérdésben is.

## Milyen trendek várhatóak 2013-ban?

***1. Továbbra is is stabilak maradnak a bizalmon alapuló márkák.***

A mainstream, fővonalbeli média a visszásságokról mindig ír, de ritkán dicsérik - nem reklám megjelenés, nem szponzorált megjelenésről van szó - a jó vállalati polgárt. A médiában kevésbé adnak hírt a vállalatok „jó dolgairól”.

Ennek részint az is az oka, hogy egy széndioxid kibocsátás érzelmileg kevésbé megragadható, mint mondjuk a gyerekmunka. Az éghajlatváltozás következményei még nem jelentkeztek sokkhatás-szerű katasztrófákban. Így közvetlenül még - kézzel foghatóan - nem érzékelik az emberek a következményeket.

## **2. Továbbra is lejtmenetben van a politikusok iránti bizalom**

Például az Egyesült Királyságban a választók egy része továbbra is úgy gondolja, hogy a képviselők nem az ő érdekeiket képviselik, hanem saját pártjuk politikáját követik vakon.

Más a helyzet pl. Svájcban, ahol az első az állampolgárok, az ország érdeke.

## **3. Továbbra is szikrázik a levegő a bankok körül.**

Meg kell húzni a határt a mindennapi versenyellenes üzleti gyakorlatok és az illegális viselkedés esetében.

Ahelyett, hogy a kormányok bírálják a bankokat, érdemes lenne a szabályozást egyértelműbbé, és átláthatóbbá tenni.

Ugyanilyen alapelv érvényesül az adózás esetében: finom egyensúlyt kellene létrehozni a progresszív adózásban. A gazdagok egy kicsit többet fizetnek, a büntető adók pedig nem pusztítják el a vállalkozásokat. Lásd a rossz példát Franciaországban, ahol Hollande elnök túl messzire ment a gazdagok 75%-os megadóztatásával.

## **4. Tovább fog fejlődni a CSR, de nem szükség-szerűen strukturált módon.**

Egyes véleményformálók részéről egy újfajta kapitalizmus van formálódóban: „fenntartható kapitalizmus”, „áttörés kapitalizmus” vagy akár a „tudatos kapitalizmus” címkét is használják. Azonban az még nem világos, hogy valójában mit jelent a gyakorlatban.

## **5. Kétéllű kard a Social Media**

Természetesen egyre fontosabbá válik ez a kommunikációs csatorna is (amint azt tavaly is jóslták), de a vállalatok CSR-jukat hitelesebben is képviselhetnék. Nagyon sok esetben az önreklámozás és a sajtóba kerülés a cél CSR címen a vállalatoknál.

Az egyik legfontosabb kérdés az, hogy hogyan lehetne a vállalatoknak a legjobban kihasználni ezt a lehetőséget. A szakértők megosztottak voltak ezzel kapcsolatban, és nem a kor alapján!

## **6 A vállalatok nem csökkentik CSR-tevékenységüket a recesszió és a megszorítások ellenére**

Ennek oka az, hogy a CSR mint stratégiai üzleti modell alapvető fontosságú az üzleti működésben.

Ezt még Magyarországon nem ismerték fel, most tartunk a kommunikációs szakasznál.

Az elmúlt években a nagyközönség szemében csökkent a zöld kérdések fontossága. Nem segített az elfogadott Rio + 20. Másrészt azonban érdemes arra figyelni, hogy a zöld befektetések kulcsfontosságúak lehetnének a recesszió időszakában. Már csak az új munkahelyek teremtése miatt is.

A jelenlegi megszorítási hullámok, munkahelyek elvesztése, és az ezek nyomán kialakult társadalmi nyugtalanságok arra ösztönözhetik a cégeket, hogy az egyes országokban játszanak aktívabb szerepet a recesszió megoldásában. Hisz összességében közös érdekről van szó! Lásd az USA-ban kialakult politikai vákuumban a vállalkozások léphetnének fel megoldó szerepkörben. Még mindig nagy kérdés marad a nagyvállalatok megadóztatása (nemzeti és nemzetközi cégek).

## **7. Továbbfolytatódik a tanúsítás szerepének a megerősödése**

Tanúsítás, fair trade, és bio. Ismert fogalmak, de nagyon gyakran keverik őket. Lásd! CSR Hungary Guideline tavalyi kiadványunkban és a CSR Hungary Hírportálon Újszászi Györgyi tollából jelent meg egy cikksorozat „Fair trade meg a többiek” címmel. A legismertebbek közé tartozik az SA8000, tanúsítás stb. Ugyanakkor probléma, hogy meglehetősen reménytelen pontosan kiszámítani egy helyi élelmiszer CO<sub>2</sub> kibocsátását is.

## **8. Több ökoszisztéma szolgáltatásra van szükség.**

Igen népszerű koncepció a kormányzati szerveknél és a tudományos körökben is. Részben azért, mert ez egy jó módja annak is, hogy újragondolják a Zöld környezet előnyeit is. Azonban a közvéleményt hozzá kell szoktatni ahhoz a gondolathoz is, hogy ezekért a szolgáltatásokért fizetni kell.

## **Záró megjegyzés**

Végül is a CSR továbbra is sokkal többet jelent mint egy morális fenntarthatóság: hogy a világot jobb állapotban hagyjuk itt, mint ahogy megkaptuk. Remélhetőleg a vállalatoknak egyre inkább meggyőződésévé válik az, hogy a nyereséghez vezető úton a társadalmi és környezeti fejlődés érdekeit is figyelembe kell venni. Ez pedig a napi működési rendszerbe egyidő után automatikusan fog beilleszkedni.