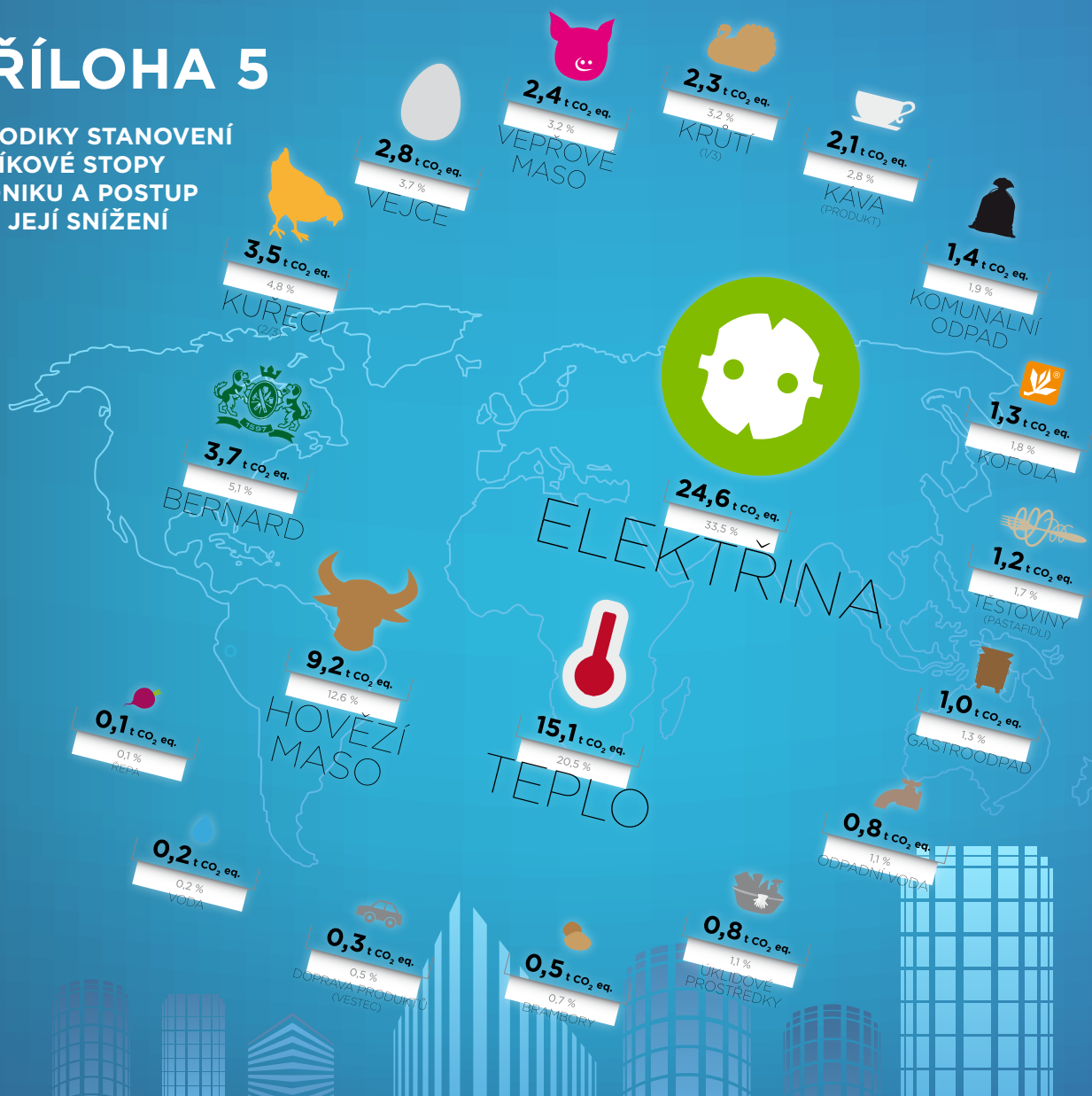


# KOMUNIKACE OCHRANY KLIMATU V PRAXI: INSPIRAČNÍ MANUÁL PRO PODNIKY

## PŘÍLOHA 5

METODIKY STANOVENÍ  
UHLÍKOVÉ STOPY  
PODNIKU A POSTUP  
PRO JEJÍ SNÍŽENÍ



## Úvodem

Také do České republiky, byť se zpožděním za vyspělými zeměmi zejména severní a západní Evropy, postupně přichází povědomí o nezbytnosti ochrany klimatu a důležitosti zapojení podniků do aktivních opatření omezujících současné a zejména budoucí dopady globálních klimatických změn. Je to pozitivní výzva pro všechny, kdo myslí na budoucnost, aby se přihlásili ke sdílené celosvětové odpovědnosti za klima Země, a tedy k odpovědnosti za budoucnost nás všech.

CI2, o. p. s., ve spolupráci s podniky a dalšími partnery, systematicky sleduje uhlíkovou stopu řady podniků a realizuje odborné činnosti na podporu klimaticky odpovědného podnikání v České republice. Proto jsme připravili tento inspirativní materiál zabývající se komunikací ochrany klimatu. Je určený pro management, PR i CSR specialisty a odborné pracovníky ochrany životního prostředí v podnicích i dalších organizacích, které se chtějí do ochrany klimatu aktivně zapojit, komunikovat a prezentovat svá vlastní opatření v této oblasti.

Na dalších stránkách naleznete stručný rámec sledování emisí skleníkových plynů, společenské odpovědnosti a přínosů jejich snižování pro podniky i jejich okolí. Především jsme pro vás vybrali reprezentativní souhrn příkladů, jejichž prostřednictvím nabízíme přehled trendů, praktické ukázky dobré praxe a varianty přístupů ke komunikaci ochrany klimatu v korporátní sféře zejména v Evropě, ale v dnešním globálním prostředí vlastně po celém světě.

Doufáme, že uvedené příklady budou zajímavé a inspirativní také pro Vás, ať už je využijete v jakémkoliv měřítku či formě, podle velikosti a oboru vašeho podnikání.

Není náhoda, že dále prezentovaná „nejlepší praxe“ se týká právě největších společností, podnikajících většinou v celosvětovém měřítku, nebo jejich dceřiných podniků. Tyto často vůdčí společnosti ve svém odvětví do značné míry spoluurčují tržní trendy, což platí samozřejmě nejen pro podnikatelské strategie, ale v dnešní době úplně stejně i pro rozvoj společenské odpovědnosti. Proto je dnes častým jevem, že právě velké nadnárodní společnosti zodpovědně usilují o snížení dopadů své činnosti na životní prostředí a klima Země.

Jsme přesvědčeni, že s vaším přispěním bude možné nejen zlepšovat úroveň ochrany klimatu v podnicích, ale také ovlivňovat širší rámec ochrany klimatu a celkové prostředí v České republice. Proto má smysl připojit se k úsilí pozitivně spoluutvářet a zvyšovat kulturu zodpovědného podnikání a tím i zlepšovat společenské podmínky pro aktivní omezování rozsahu a dopadů klimatické změny, což patří mezi největší výzvy 21. století.

## POJMY

### Klimatická změna (nebo též změna klimatu)

Změna stavu klimatického systému, kterou lze identifikovat prostřednictvím změn jeho vlastností po dobu alespoň několika desetiletí, bez ohledu na to, je-li vyvolána přirozenými změnami nebo lidskou činností. Též veškeré změny klimatu, včetně jeho přirozené variability.

### Green House Gas (GHG, skleníkové plyny)

Podle Kjótského protokolu se sleduje 7 nejdůležitějších plynů – oxid uhličitý (CO<sub>2</sub>), metan (CH<sub>4</sub>), oxid dusný (N<sub>2</sub>O), fluorované uhlovodíky (HFC), perfluoruhlovodíky (PFC), fluorid sírový (SF<sub>6</sub>) a fluorid dusitý (NF<sub>3</sub>).

### Uhlíková stopa

Uhlíková stopa je nepřímým ukazatelem spotřeby energií, výrobků a služeb, přepočtená a vyjádřená v množství emisí CO<sub>2</sub> ekv. Měří množství skleníkových plynů, které odpovídají aktivitám či produktům firmy. Uhlíkovou stopu v současné době měří a vykazují tisíce firem v zahraničí a desítky firem v České republice. Jejich reporting se stává korporátním standardem podobně jako environmentální systémy řízení (EMS) či společenská odpovědnost firem (CSR).

Postupy stanovení emisí GHG jsou kodifikovány v normě ČSN ISO 14064 – Skleníkové plyny, ISO 14067 – Uhlíková stopa výrobku, služeb i společnosti a mezinárodním standardem je GHG Protocol.

## Vybrané důvody a přínosy sledování uhlíkové stopy

- **Optimalizace nákladů** – analýza emisí skleníkových plynů umožní identifikovat rezervy materiálů či definovat potenciální úspory, které pomohou ke zvýšení efektivity fungování společnosti.
- **Signál pro dodavatele a odběratele** – informace o „uhlíkové náročnosti“ provozu či služeb podniků požaduje stále rostoucí počet investorů, dodavatelů a odběratelů.

- ♥ **Úspěch v mezinárodní konkurenci** – standardizované sledování (GHG Protocol, ISO 14064) a snižování emisí skleníkových plynů se stává světovým trendem a konkurenční výhodou.
- ♥ **Image a PR společnosti** – aktivní zapojení do ochrany klimatu je značkou kvality a odpovědnosti ve vztahu k uživatelům a zákazníkům, ale i k vlastním zaměstnancům nebo státním institucím.
- ♥ **Společenská odpovědnost** – vykazování a snižování emisí skleníkových plynů (tzv. uhlíková stopa firmy) je často zahrnováno do systému společenské odpovědnosti firem (CSR).
- ♥ **Klimaticky odpovědné podnikání** – systematicky řízené činnosti a aktivity podniku napomáhají ke globálnímu cíli, tedy k minimalizaci negativních dopadů na změnu klimatu.

## Snížení dopadů na změny klimatu

Světová komise pro ekonomiku a klima (The Global Commission on the Economy and Climate) vydala v roce 2014 zprávu nazvanou „*Lepší růst, lepší klima*“ (Better Growth, Better Climate). Zpráva pojednává o způsobech, jak by se mohla ekonomická a finanční politika podílet na snížení dopadů změny klimatu. V roce 2015 publikovala další zprávu pod názvem „*Chopit se globální příležitosti*“ (Seizing The Global Opportunity), která je určena nejvyšším představitelům politického, finančního a ekonomického života. Je v ní stanoveno 10 návrhů aktivit:

- 1 Urychlit nízkouhlíkový rozvoj měst.
- 2 Obnovovat a chránit lesní a zemědělský půdní fond a zvýšit zemědělskou produktivitu.
- 3 Investovat minimálně 1 000 miliard USD do ekologicky čisté energetiky.
- 4 Harmonizovat/zvýšit standardy energetické účinnosti.
- 5 Dohodnout se a implementovat stanovení efektivní ceny uhlíku do roku 2020.
- 6 Podporovat rozvoj climate-smart infrastruktur.
- 7 Podporovat nízkouhlíkové inovace.
- 8 Zajistit nízkoemisní růst se zapojením soukromého sektoru.
- 9 Zvýšit tlak na snížení emisí z mezinárodní letecké a námořní dopravy.
- 10 Snižit používání uhlovodíků (HFC).

Zdroj: [www.newclimateeconomy.net](http://www.newclimateeconomy.net)

## Snížení uhlíkové stopy při rozvoji společnosti a růstu podniku

**Řízené kroky vedoucí ke snížení emisí**, resp. stanovení strategie pro přizpůsobení se změně klimatu, se ukazují jako **profitabilní, a to především z důvodu neustálé snahy snižovat spotřebu energií**. Kromě toho CDP analýzy ukazují, že společnosti vykazující vysoké bodové ohodnocení/skóre CDP (skóre v části A, B) zároveň generují největší zisky. Tento trend může podporovat a motivovat i další podniky, které inklinují k aktivnímu přístupu v otázce ochrany klimatu, aby přistoupily ke krokům vedoucím ke snížení emisí ze svého provozu a činností.

## Společenská zodpovědnost firem (CSR) | Důvody pro začlenění tématu ochrany klimatu do firemní CSR

### Pyramida společenské odpovědnosti firem:

#### Filantropická odpovědnost *“Be a good corporate citizens”*

Přispívat prostředky (finančními, lidskými) komunitě, zlepšovat kvalitu života.

#### Etická odpovědnost *“Be ethical”*

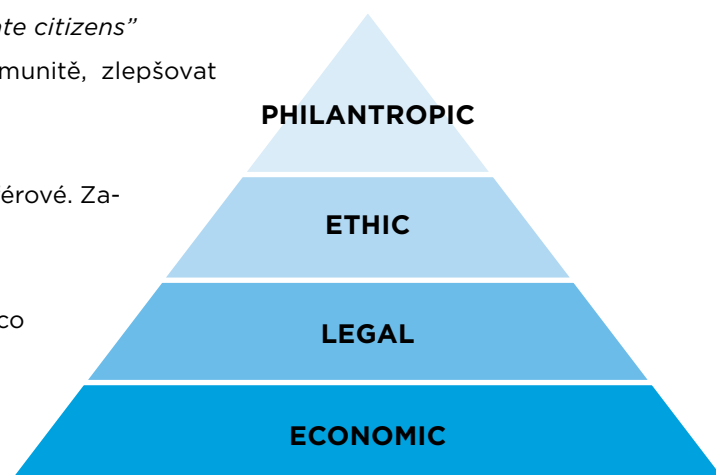
Povinnost dělat to, co je správné, spravedlivé a férové. Zabránit vzniku škod.

#### Zákonná odpovědnost *“Obey the law”*

Dodržovat zákony, které definují, co je správné a co špatné. Hrát podle pravidel hry.

#### Ekonomická odpovědnost *“Be profitable”*

Ekonomický výkon jako základ podnikání, nad kterým stojí vše ostatní.



**Pyramida společenské odpovědnosti sestává ze čtyř stupňů.** Základním kamenem je ekonomická výkonnost firmy, ze které vychází všechny ostatní složky CSR. Současně se očekává, že se při podnikání budou dodržovat zákony – jinými slovy že existuje obecná shoda společnosti na tom, co je přijatelné chování a co již ne. Jako další stojí v pyramidě odpovědnost za etické obchodování. Na nejzákladnější úrovni jde o povinnost dělat to, co je morálně správné, spravedlivé a poctivé a tedy zabránit (nebo alespoň minimalizovat) škodám, které by mohly nastat u všech zúčastněných stran – u zaměstnanců, zákazníků, v životním prostředí atd. A konečně se od firem očekává, že budou sdílet lidské a finanční zdroje s komunitou a budou se podílet na zlepšování její kvality života.

Na pyramidu společenské odpovědnosti je třeba se dívat jako na celek. V opačném případě totiž samozřejmě dochází k zásadním rozporům – především mezi ekonomickou odpovědností a dalšími stupni pyramidy. Největší konflikt se odehrává pravděpodobně mezi zájmem firmy o maximalizaci zisku a přínosem pro společnost. Pokud ale pyramidu vnímáme jako celek, který firma zahrne do rozhodování o svých cílech, plánech a strategiích, je možné současně splnit všechny její části. Nebo jinak řečeno, pragmaticky a manažersky – **společensky odpovědná korporace by měla usilovat o to, aby mohla realizovat zisk, dodržovat zákony, být etickou firmou a současně dobrým občanem.**

## Společenská odpovědnost (CSR) | vztahy s veřejností (PR)

Z podstaty společenské odpovědnosti firem plyne, že má vliv na všechny podnikové **“stakeholdery”** (zainteresované strany) a lze ji využít ve většině PR prostředků a aktivit. Na dalších stránkách tohoto manuálu představíme nejzajímavější příklady toho, jak české a mezinárodní firmy využívají CSR politiku v oblasti ochrany či prevence změny klimatu a uhlíkové stopy v komunikaci s veřejností. Předtím se ještě krátce zaměříme na cílové skupiny, se kterými firmy mohou komunikovat své CSR aktivity.

### Ekonomická odpovědnost

Cílové skupiny: zaměstnanci, investoři a vlastníci, obchodní partneři, média.

Možné využití v PR: vnitrofiremní komunikace, výroční zprávy, CSR zprávy.

### Zákonná odpovědnost

Cílové skupiny: vládní instituce, zadavatelé zakázek, dodavatelé, odběratelé, média.

Možné využití v PR: výroční zprávy, eventy pro partnery.

### Etická odpovědnost

Cílové skupiny: zákazníci, zaměstnanci, odbory, média.

Možné využití v PR: etický kodex, kampaně, sociální sítě.

### Filantropická odpovědnost

Cílové skupiny: zaměstnanci, zákazníci, lokální komunita, místní zadavatelé zakázek.

Možné využití v PR: lokální eventy, kampaně, nadační podpora komunity.

## PŘÍNOSY ENVIRONMENTÁLNÍ STRATEGIE V PODNIKU ▼

Oblasti, do kterých se přínosy environmentální strategie mohou promítnout, jsou velmi různorodé, a proto jsme je rozdělili do 4 dílčích oblastí. Jako strukturu pro rozčlenění jsme použili metodologii „balanced scorecard“, která přínosy dělí do oblastí finanční, přínosů pro zákazníka, zlepšení interních procesů a oblast zaměstnanci & inovace.

### 1 Finanční oblast

- vyšší výnosy – vyšší marže/vyšší objem prodaného zboží
- snížení nákladů díky zvýšení efektivity produkčního procesu/recyklaci
- efektivnější využívání zdrojů/použití jiných (kvalitnějších, levnějších) materiálů
- snížení nákladů na kapitál/zlepšený přístup ke zdrojům (někteří věřitelé zahrnují udržitelnost do indexu finančního zdraví)
- vyšší zhodnocování firemních akcií

### 2 Přínosy pro zákazníka

- zvýšená loajalita k zodpovědné společnosti
- posílení značky – rozpoznání/odpovědnost
- noví zákazníci (nové tržní segmenty)
- větší připravenost pro vstup na nové trhy
- lepší pozice k získání vyššího tržního podílu
- expanze produktového portfolia o ekologické výrobky

### 4 Zaměstnanci & inovace

- lepší schopnost přilákat nové talenty
- vyšší spokojenost/motivace/produktivita současných zaměstnanců
- lepší schopnost udržet stávající zaměstnance

### 3 Zlepšení interních procesů

- zlepšení procesního a distribučního designu
- nové zdroje/materiály
- inovované balení
- zlepšení odpadového hospodářství
- snížení spotřeby energií
- snížení rizik ve výrobním procesu
- recyklované materiály
- snížení legislativního rizika
- lepší řízení dodavatelského řetězce
- snížení hluku, rizika radiace, vibrací



Zdroj: Firma a životní prostředí, Byznys pro společnost, fórum odpovědných firem

## Plzeňský Prazdroj, a. s.



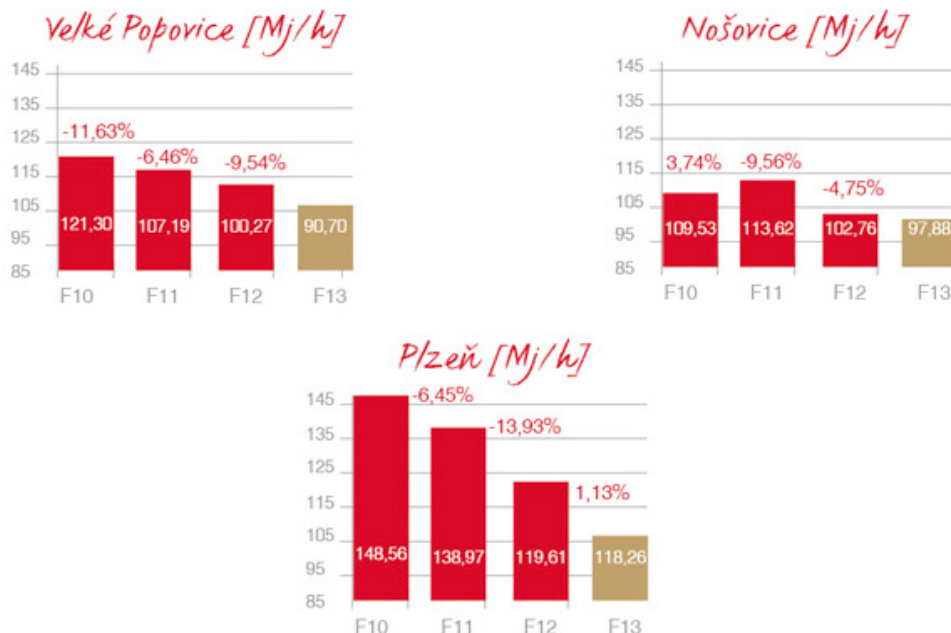
### ◀ Popisek

Největší česká pivovarnická skupina vztahuje od roku 2006 společenskou odpovědnost k deseti prioritám, které jsou společné pro celý mateřský koncern SABMiller. Jednou z nich je i **snížení spotřeby energií a úrovně emisí**.

### ▶ Popisek

Nižší spotřeby energie dosahuje trojice pivovarů v Plzni, Nošovicích a Velkých Popovicích nejen energetickými úsporami, ale také využíváním organických odpadů jako zdrojů energie. Topí například bioplynem vznikajícím při anaerobním čištění odpadních vod. V roce 2013 tak skupina dosáhla průměrné spotřeby na jeden pivovar 102,3 MJ, což odpovídalo meziročnímu snížení spotřeby energie o 5,17%.

## Spotřeba energií v našich pivovarech



Další zajímavou aktivitou, která dokládá ekonomickou efektivitu společnosti a současně starost o životní prostředí, je energetické využití mláta. Mláto je vedlejším produktem výroby piva, které zůstane ze sladu po jeho filtraci. Mláto by mohlo skončit jako odpad v kontejnerech, ale Plzeňský Prazdroj pro něj našel využití. Odvází se do teplárny, kde slouží jako biopalivo pro výrobu páry a elektrické energie.

Pilsner Urquell přijal také závazek na snížení objemu emisí oxidu uhličitého. Do roku 2020 chce snížit emise vznikající ze spalování fosilních paliv na každý hektolitr vyrobeného piva o polovinu proti hodnotám z roku 2008. V roce 2013 výroba emitovala do ovzduší průměrně 8,61 kg CO<sub>2</sub>/hl.

Zdroj: Zpráva o trvale udržitelném rozvoji 2013 [http://bit.ly/pilsner\\_2013](http://bit.ly/pilsner_2013)



## Jaguar Land Rover

Automobilka Jaguar Land Rover zařadila klimatickou změnu mezi největší globální výzvy naší planety do roku 2050.

### Popisek ►

**Do své CSR strategie do roku 2020** proto začlenila také tyto environmentální cíle:

- vyrábět automobily, které budou patřit k nejšetrnějším v produkci emisí oxidu uhličitého z výfuků
- dosáhnout uhlíkově neutrální výroby – tzn. vyrovnat množství uvolněného uhlíku s množstvím uhlíku zachyceného, případně rozdíl dorovnat nákupem kreditů či podporou ekologických offsetových programů
- dosáhnout výroby s nulovou produkcí odpadů – tzn. že všechny odpadní suroviny se dále zpracovávají a žádná z nich se neposílá na skládky nebo do spaloven
- vytvořit pracovní příležitosti pro 12 milionů lidí na celém světě prostřednictvím řady iniciativ v oblasti humanitárních, ekologických a vzdělávacích aktivit
- dosáhnout celosvětového uznání za odpovědné podnikání

Zdroj: <http://bit.ly/jlr-report-2015>

Za svoje CSR aktivity získala automobilka ocenění **Responsible Business of the Year Award – Winner 2013** <http://bit.ly/jlr-award>:

### OUR 2020 TARGETS

Vehicles among the leaders for tailpipe

CO<sub>2</sub> EMISSIONS PERFORMANCE

CARBON NEUTRAL manufacturing

ZERO WASTE across our operations

OPPORTUNITIES FOR 12 MILLION people in our communities

GLOBAL RECOGNITION as a responsible business

## Business impacts

- The largest investor in automotive research and development and engineering in the UK (£2.75 billion in 2013/14).
- >£10 billion spend with over 2,500 suppliers and 60% of material spend sourced locally from UK.
- 600 graduates in 2011/12 and 189 apprentices to help develop the next generation of engineers.

## Social impacts

- Delivered significant environmental improvements in operations, reducing energy consumption per car by 21%, waste by 37% and water by 10%.
- Invested in renewable technologies including a £4 million investment in 1.1MW solar PV, saving 540 tonnes of CO<sub>2</sub> per annum.
- Five million tonnes CO<sub>2</sub> offset and 1.2 million lives improved.

### ▼ Popisek

Průběžné výsledky CSR aktivit:

- snížení dopadů výroby na životní prostředí na výrobu jednoho auta nyní spotřebovává o 21% méně energie, o 37% méně odpadů a o 10% méně vody oproti roku 2007



...to develop the next generation of engineers and ensure the business' future.

- investice do výroby obnovitelných zdrojů energie přinesly úsporu 540 tun oxidu uhličitého ročně;
- společnost podpořila offsetové programy odpovídající dalším pěti milionům tun oxidu uhličitého;
- své ovoce přinesly také investice do vzdělávání komunit – v roce 2012 získala automobilka 600 absolventů a 189 učňů, budoucí generace inženýrů.

Zdroj: <http://bit.ly/jlr-award>

## SIGNIFICANT IMPROVEMENT IN TAILPIPE CO<sub>2</sub> EMISSIONS

Achieved a 25% reduction in our European fleet average tailpipe CO<sub>2</sub> emissions (vs 2007), helped by our continuing investment in advanced vehicle technologies, including the new lightweight, fuel-efficient Ingenium engine.



### ◀ Popisek

Ve zprávě o udržitelnosti z roku 2015 <http://bit.ly/jlr-report-2015> se automobilka mohla pochlubit snížením spotřeby vody a emisí oxidu uhličitého na výrobu jednoho auta o 30 % oproti roku 2007.



**32.3%**  
reduction in energy use  
per vehicle since 2007



**30.5%**  
cut in operational CO<sub>2</sub>  
emissions per vehicle  
since 2007

(compared to 2007  
carbon factors)

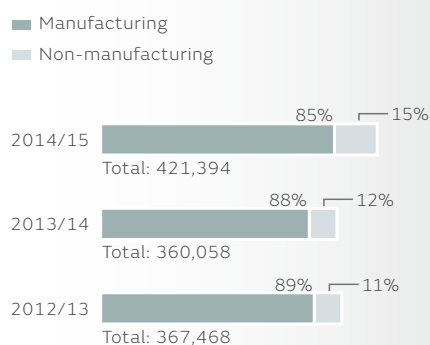
**£36 million**  
to be invested in  
reducing operational  
CO<sub>2</sub> emissions over  
the next three years

**OUR 2020  
TARGET**

**CARBON  
NEUTRAL**

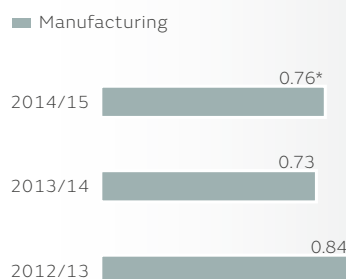
manufacturing  
operations

### TOTAL CO<sub>2</sub> EMISSIONS\* (tonnes)



\* Carbon emissions calculated using Jaguar Land Rover Carbon Reduction Commitment (CRC) Scheme data and DEFRA conversion factors for electricity and gas.

### CO<sub>2</sub> EMISSIONS PER VEHICLE PRODUCED (tonnes per vehicle)



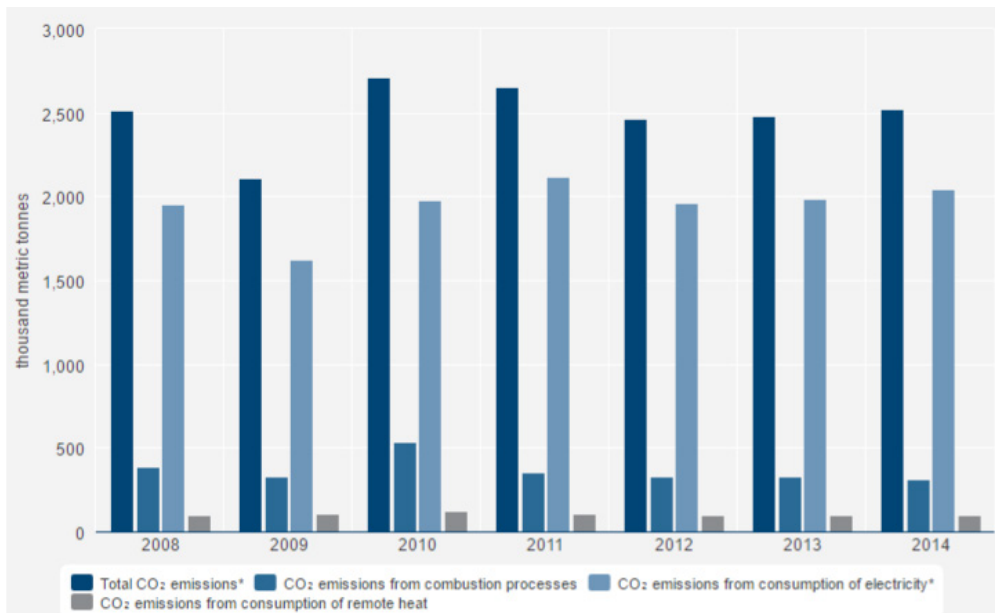
DEFRA conversion factors have been used to calculate the CO<sub>2</sub> emissions associated with our electricity and gas use.

\* The UK CO<sub>2</sub> conversion factor for electricity deteriorated in 2014, resulting in an increase in CO<sub>2</sub> emissions from our use of electricity. When compared to the 2007 conversion factors, our performance was 0.73 tonnes per vehicle for our three vehicle manufacturing plants, representing a 30.5% reduction in CO<sub>2</sub> per vehicle. We track internal performance against the 2007 conversion factors so that we neither receive any benefit or adverse impact from varying external conversion factors.

## Bosch

Německý koncern vyrábějící zařízení a součástky pro automobilový průmysl, domácí spotřebiče a elektrické nářadí se také zapojil do ochrany klimatu. **Stanovil si cíl snížit do roku 2020 emise oxidu uhličitého, spojené s výrobou, nejméně o 20 % ve srovnání s rokem 2007. O pětinu chce zvýšit také energetickou účinnost.**

Průběžné výsledky této snahy lze sledovat na uživatelsky velmi přívětivých interaktivních grafech dostupných na webu společnosti – <http://bit.ly/bosch-charts>



### ◀ Popisek

Pohled na graf celkových emisí oxidu uhličitého ukazuje, že firma je na dobré cestě. V roce 2014 produkuje při spalování o 20 % méně emisí oproti roku 2008. O desetinu klesla také spotřeba tepla, emise spojené se spotřebou elektrické energie naopak mírně vzrostly.

### Key figures 2014

Relative CO<sub>2</sub> emissions

— **-19.9 percent\*** —

Energy needs

— **-9.0 percent\*** —

Water consumption

— **-0.9 percent\*** —

Funds spent on protecting the environment

— **+72.5 percent\*** —

\* compared with 2007 levels

### ◀ Popisek

Ve Zprávě o udržitelnosti z roku 2014 společnost deklaruje

pětinové snížení emisí oxidu uhličitého, devítiprocentní úsporu spotřeby energií a jednaprocentní úsporu spotřeby vody (všechny hodnoty v porovnání s rokem 2007).

Náklady vynaložené na ochranu životního prostředí ve stejném období vzrostly o více než 73 %.

Zdroj: <http://bit.ly/bosch-report-2014>

# Key figures 2014



CO <sub>2</sub> emissions absolute	<b>2.5 million metric tons</b>	-3.3% over 2007
Energy consumption	<b>6,102 gigawatt hours</b>	-9% over 2007
Waste volume	<b>471,639 metric tons</b>	-9.5% over 2007
Water consumption	<b>17.2 million cubic meters</b>	-0.9% over 2007
Ongoing environmental protection costs	<b>104.9 million euros</b>	-0.9% over 2007
Environmental protection investments	<b>36.5 million euros</b>	+72.5% over 2007



## Microsoft Corporation

**Udržitelnost je klíčovou součástí** firemní kultury společnosti Microsoft. Softwarový obr se v oblasti životního prostředí zaměřuje na ekologickou stopu, **ochranu klimatu a minimalizaci emisí** skleníkových plynů.

Zástupci firmy se podílejí na globálních iniciativách a aktivně se zúčastňují například konferencí, odborných setkání a dalších významných akcí týkajících se ochrany klimatu. Microsoft využívá k šíření povědomí o důležitosti ochrany klimatu, zvolených způsobech řešení a přínosech v této oblasti weby, blogy i sociální sítě (např. **samostatný účet** @Microsoft\_Green na Twitteru) nebo tematicky orientovaná videa na YouTube.

Při volbě komunikačních kanálů je cílem **efektivita ve vztahu k příjemci informací**. Interně se povědomí o CSR aktivitách společnosti šíří prostřednictvím newsletteru a zveřejněním na interním portálu. Pro komunikaci o nejdůležitějších aktivitách se používá e-mail. Externí subjekty jsou informovány i prostřednictvím tiskových zpráv a výstupů v médiích. V rámci komunikace s partnery pak Microsoft často preferuje osobní kontakt.

### Popisek ▼

Ochrana klimatu v praxi je klíčovým tématem blogu Microsoft|Environment, který se věnuje udržitelnosti a ochraně životního prostředí – <http://bit.ly/Green-blog>. Microsoft se účastní **odborného dialogu, veřejně prezentuje a nabízí strategie a řešení**, které v této oblasti firma zavedla, včetně sdílení svých zkušeností. Microsoft také aktivně prezentuje konkrétní podpořené projekty, komunikuje a spolupracuje s vědeckými institucemi i neziskovými organizacemi.

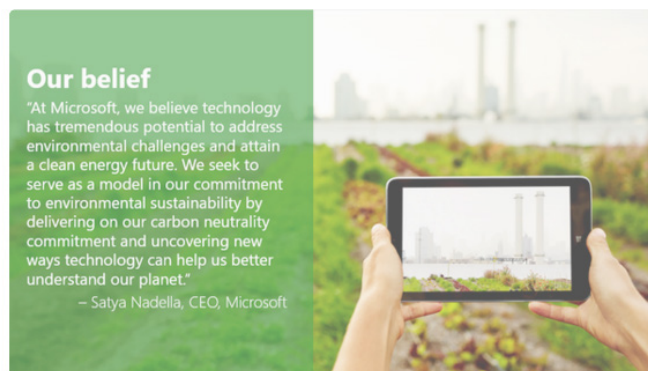


### Popisek ►

Vizi vrcholového managementu v oblasti ochrany klimatu a životního prostředí představuje připnutý Tweet na titulní straně twitterového účtu @Microsoft\_Green.



Microsoft\_Green



### Popisek ►

Společnost se počínaje rokem 2013 zavázala dosáhnout uhlíkové neutrality (pro svá datová centra, vývojové SW laboratoře, kanceláře a letecké cesty svých zaměstnanců). Microsoft's Strategy to Become Carbon Neutral (strategie Microsoftu k dosažení uhlíkové neutrality) zahrnuje tři strategické pilíře: být úsporný, zelený a odpovědný.



## Alcatel-Lucent

Globálně podnikající společnost, která působí v odvětví informačních a komunikačních technologií, patří mezi lídry v komunikaci, zejména síťových řešeních či cloudu a souvisejících elektronických zařízeních.

Společnost do své obchodní a komunikační strategie plně promítá vědomí, že právě informační a komunikační technologie mohou hrát rozhodující roli při řešení otázek změny klimatu. Společnost Alcatel-Lucent vychází z přesvědčení, že dlouhodobý úspěch závisí na schopnosti pomoci zákazníkům reagovat na výzvy v oblasti životního prostředí prostřednictvím inovací – <http://bit.ly/CSR-Environment>.

### Popisek ▼

Společnost již nabízí konkrétní řešení pro snižování uhlíkové stopy a další eko-patenty a produkty aktivně připravuje. Její výzkumná divize, Bell Labs, vyvíjí produkty sloužící ke snížení spotřeby energie v sítích (v rámci celého jejich životního cyklu), aktivně podporuje spolupráci s výzkumnými centry i univerzitami a účastní se významných celosvětových iniciativ v této oblasti. Mezi ně patří např. *Smart Cities* nebo *GreenTouch consortium*, v němž na energeticky úsporných a nízkouhlíkových technologiích spolupracují přední světoví výrobci a operátoři ICT technologií, akademický sektor i nevládní experti – [www.greentouch.org](http://www.greentouch.org).

## GreenTouch™ Celebration

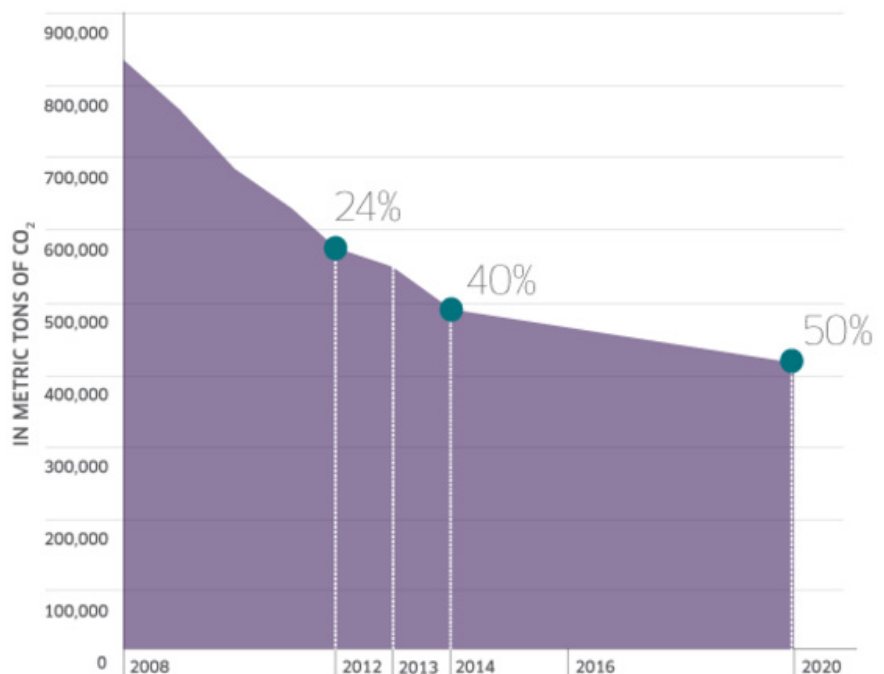
The Road to 1000x Improvement  
in Energy Efficiency

June 18, 2015 • New York, USA



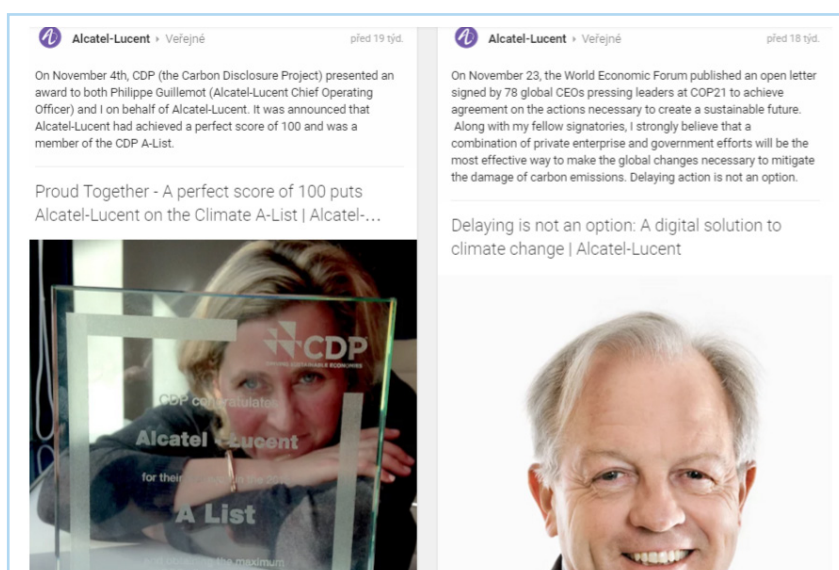
### Popisek ►

Společnost Alcatel-Lucent současně jde sama příkladem a snižuje vlastní přímý dopad na životní prostředí. Zavázala se snížit absolutní uhlíkovou stopu (Scope 1 + Scope 2) do roku 2020 o 50% oproti roku 2008. A uhlíková stopa podniku již poklesla od roku 2008 do roku 2015 o 40%. Společnost také usiluje při komunikaci a uplatňování svého vlivu v rámci dodavatelsko-odběratelského řetězce o snížení emisí souvisejících s logistikou.



### Popisek ►

Společnost usiluje o proaktivní zapojení pracovníků a interní komunikaci, která je velmi důležitým předpokladem pro snižování uhlíkové stopy na všech úrovních. V tomto rámci jsou také realizovány kampaně určené pro zaměstnance, například Print Free Day nebo Let's Be Eco-friendly – <http://bit.ly/A-L-Earth-Day>. Firma považuje za důležité také zapojení do obecných kampaní, jako je Den Země. Při těchto příležitostech podporuje konkrétní místní iniciativy, jako je sdílení automobilů při cestě do práce, recyklační aktivity apod. Účelem je zvýšit zájem zaměstnanců o důležitá ekologická témata a posílit povědomí o tom, že ekologicky udržitelné chování je každodenním závazkem při práci v Alcatel-Lucent. ►



### ◀ Popisek

Společnost aktivně a komplexně prezentuje přijaté závazky v oblasti ochrany klimatu, k zachycení svého vlivu na životní prostředí využívá sadu vlastních environmentálních indikátorů. Současně různými způsoby komunikuje vývoj své uhlíkové stopy i dosažené výsledky včetně průběžného hodnocení míry pokroku. Využívá k tomu webové stránky, CSR report, blogy i sociální sítě včetně speciálního “carbon” profilu na Google+ <http://bit.ly/A-L-GooglePlus> a vlastního kanálu na YouTube - <http://bit.ly/A-L-YouTube>.

### Popisek ▶

Ukázka využití přístrojové či panelové desky jako moderního a srozumitelného způsobu prezentace a vyhodnocování environmentálních indikátorů v Alcatel-Lucent Corporate Sustainability Report - <http://bit.ly/Alcatel-Lucent-CSR-2014>

## 2 2015 Alcatel-Lucent dashboard: Achievements, progress and commitments

### 2.1 Challenge: Reduce the impact of our products on the environment

COMMITMENTS FOR THE COMING YEARS	TIMEFRAME	STATUS 2015
Improve the functional energy efficiency of 1830 PSS (IP transport) and 7750 SR (IP routing) products by 25% by 2014 compared to 2012 releases.	By 2014	● <b>ACHIEVED:</b> The energy efficiency of the 1830 PSS platform increased by up to 100% depending on configurations. The energy efficiency of the 7750 SR increased by 25%
Improve the functional energy efficiency of our radio access technology, which is now part of the lightRadio™ portfolio, by at least 75% by 2015 compared to 2008.	By 2015	● <b>ON TRACK:</b> On track to meet this goal
Eliminate PVC from all products.*	By 2015	● <b>ON TRACK:</b> In 2014, we continued to make progress in identifying and implementing PVC-free alternatives – where technically, environmentally and economically sound alternatives are available
* Subject to the availability of technically, environmentally and economically sound alternatives		
Measure how the Green portal (GWATT) demonstrates the energy challenge for ICT in the short/middle term and the impact on technology deployment choices.	By 2015	● <b>ON TRACK:</b> More than 9,000 visitors have accessed the platform since its April 2014 launch.

### 2.2 Challenge: Reduce our eco-footprint

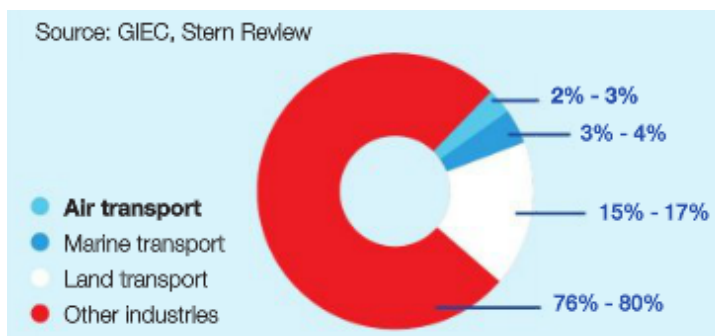
COMMITMENTS FOR THE COMING YEARS	TIMEFRAME	STATUS 2015
Reduce our absolute carbon footprint (CO <sub>2</sub> equivalent) from our operations by 50% by 2020 (from 2008 baseline).	By 2020	● <b>ON TRACK:</b> On track to meet the goal. Since 2008, we have reduced our carbon footprint by more than 40%.

## Air France-KLM

Skupina Air France-KLM je členem mezinárodní organizace v leteckém sektoru – **International Air Transport Association (IATA)**. Z toho logicky vyplývá řada specifických podmínek pro leteckou dopravu, které musí splňovat. Jednou z nich jsou i striktní pravidla pro ochranu klimatu – <http://bit.ly/IATA-CCHange>.

### Popisek ►

V roce 2011 představovaly emise CO<sub>2</sub> z letecké dopravy 2% – 3% z celkově emitovaných emisí CO<sub>2</sub> vytvořených lidskou činností.



**FLIGHT OPERATIONS**

**3.45 liters**  
fuel / passenger / 100 km

**86 g.**  
CO<sub>2</sub>  
/ passenger / km  
6.7% reduction compared to 2011

Cíle a závazky skupiny jsou stanoveny v rámci CSR a z hlediska ochrany klimatu je zásadní jejich **Air France-KLM Climate Action Plan (Akční plán na ochranu klimatu)** – <http://bit.ly/Climate-AP-AFKLM>. Integrace CSR v podnikání a v provozu je soustředěna kolem čtyř pilířů: **životní prostředí**, zkušenosti zákazníku (zapojení klientů do odpovědného „nakupování“), odpovědné lidské zdroje (zapojení zaměstnanců do společných cílů udržitelnosti) a lokální rozvoj.

K ochraně klimatu se představitelé skupiny Air France-KLM zavázali prostřednictvím **Akčního plánu na ochranu klimatu**. Za jeho dodržování je zodpovědné oddělení CSR, které dohlíží na plnění stanovených cílů v rámci skupiny, školí zaměstnance a také vyvíjí tlak na dodavatele, obchodní partnery a celkově na všechny stakeholdry tak, aby společně dosáhli globální dohody o změně klimatu.

**Aktuální CSR report** shrnuje vize, cíle a opatření vedoucí ke snížení negativních vlivů na změnu klimatu – <http://bit.ly/CSRReport-AFKLM>.

OBJECTIVES	SCHEDULE	MAIN ACHIEVEMENTS 2014
<b>CARBON FOOTPRINT</b>		
→ Reduce CO <sub>2</sub> emissions by 20% compared to 2011 (tons/km)	2020	→ 86 g CO <sub>2</sub> / passenger / km or 3.45 liters of fuel / passenger / 100 km 6.7% reduction compared to 2011
<b>Air France:</b> → Fuel Plan: 1% annual reduction in fuel consumption	2014	→ Fuel saving: 50 million liters (126,000 tons of CO <sub>2</sub> emissions saved)
<b>KLM:</b> → Fuel Savings Plan: 5 million liters fuel saving	2014	→ Fuel saving: 8.8 million liters (22,000 tons of CO <sub>2</sub> emissions saved)

### ▲ Popisek

**CSR Highlights 2014 – environmentální oblast.** Skupina Air France-KLM si stanovila **cíl snížit emise CO<sub>2</sub> o 20% do roku 2020 oproti roku 2011, v roce 2014 uvádí: 86 g CO<sub>2</sub>/osobokm nebo 3,45 litrů/100 osobokm cestujícího.**

Ke splnění tohoto cíle zavádí různá opatření, jako je obnova letadel, optimalizace provozních operací – zefektivnění, snížení váhy na palubě letadla, školení pilotů, využívání biopaliv a offsetování emisí CO<sub>2</sub>. Samostatně si společnosti definovaly závazky týkající se snížení spotřeby paliv.

**KLM** přichází s dobrovolným programem **CO<sub>2</sub>ZERO** – <http://bit.ly/KLMZeroCO2>, jehož prostřednictvím investuje zákazník do projektů vycházejících z programu **Gold Standard** – <http://bit.ly/Gold-StandardP>.

## All about sustainable travel

We are always trying to reduce the effect our air travel has on the climate. You can also help by flying CO2 neutral with our CO2ZERO compensation service.

### Air travel and the climate

Air travel creates welfare and jobs worldwide. Unfortunately, it also results in CO2 emission. That is why we actively work towards reducing, controlling and compensating CO2

### What we do

As a result of measures in our operations, we are the 'best-in-class' among all large international airlines for fuel efficiency, thereby emitting less CO2.



Print this page

### ◀ Popisek

Obě společnosti poskytují kalkulačky k výpočtu emisí CO<sub>2</sub>. Air France je partnerem nadace **GoodPlanet** - <http://bit.ly/Good-Planet> a na svých webových stránkách umožňuje offsetování emisí CO<sub>2</sub> - <http://bit.ly/Calculator-AF>.

Skupina uveřejňuje informace o vyprodukovaných emisích CO<sub>2</sub> při každém zakoupení letenky prostřednictvím webových stránek, zároveň nasměruje cestující k možné kompenzaci emisí CO<sub>2</sub>.

## What can we do together?



Good news! You can neutralize your effect on climate change each time you fly.

[▶ Read more about compensating CO2 together](#)

## Compensate now!

If you already have a flight reservation and would like to compensate right now, you can arrange it via My Trip.



THE COMPANY AIR FRANCE KLM YOUR TRIP **SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

Search by Type All

Home > Sustainable development > Calculate and offset your CO2 emissions

## CALCULATE AND OFFSET YOUR CO2 EMISSIONS



Air France's CO<sub>2</sub> Calculator calculates the CO<sub>2</sub> emissions generated by your trip to all the destinations served by the fleet of Air France, KLM and their subsidiaries. This figure reflects the actual performance of our operations to each destination.

To reduce CO<sub>2</sub> emissions, Air France-KLM activate all of the levers under its responsibility:

- Constant investments to renew our fleet and to offer the world's most technically advanced aircraft (less fuel consumption so less CO<sub>2</sub> emissions)
- Implementing the most efficient ground and inflight procedures.
- Reduction of onboard weight (lighter aircraft means less fuel consumption so less CO<sub>2</sub> emissions)

Please note: If your flight is operated by another airline, we invite you to consult the calculator of the French Civil Aviation Authority (DGAC) to find out your CO<sub>2</sub> emissions : <http://eco-calculateur.aviation-civile.gouv.fr>

To calculate your upstream emissions (generated by the production of fuel and its distribution in France), multiply the result by 0.19.

### CARBON EMISSIONS OFFSET

Air France is working with the **GoodPlanet** Foundation and its Carbon Action Program to offer customers who so wish the possibility of offsetting the CO<sub>2</sub> emissions generated by their trip.

### SOCIAL MEDIA

A cornerstone of Air France and KLM customer dialogue.

71% increase to 13,151,570 fans

79% increase to 2,163,485 followers

287% increase to 157,841 followers



### Popisek ▼

**Společnost KLM** vytvořila v roce 2012 online platformu **KLM Takes Care** - <http://bit.ly/KLMtakesCare>. Tam se shromažďují veškeré informace, které se týkají společenské odpovědnosti firmy, uskutečněných opatření vedoucích ke snížení spotřeby paliv a emisí CO<sub>2</sub> a dalších envi-friendly řešení. Platforma je volně přístupná pro zákazníky, dodavatele a další stakeholdery.

## Biofuel because...



One of the most effective ways to reduce CO<sub>2</sub> emissions from air transport is by powering aircraft with sustainable biofuel. If biofuel were to be broadly used, the reduction in CO<sub>2</sub> could be as high as 80%. That means biofuel is more sustainable than the standard fossil fuel currently used in air transport.



### ◀ Sociální média - dle CSR Reportu 2014

## Orkla Group

Skupina Orkla si jako jedna z největších skandinávských společností v potravinářském průmyslu uvědomuje vliv a dopad svých činností na udržitelnost v rámci celého výrobního procesu. Tuto zodpovědnost dokládá dodržováním stanovených prioritních oblastí v rámci tzv. **Corporate responsibility**. Jedna z nich je věnovaná životnímu prostředí – <http://bit.ly/CSR-Orkla>. Další aktivitou je zapojení do iniciativy **UN Global Compact** – <http://bit.ly/Global-Compact-Orkla>.

Změně klimatu a zároveň vizím a cílům týkajícím se snížení emisí CO<sub>2</sub> se Orkla věnuje v aktuálním reportu **Sustainability Report 2014, Environment** – <http://bit.ly/SReport-Orkla>.

**Skupina Orkla si stanovila cíl snížit emise skleníkových plynů do roku 2020 o 20 %.** K dosažení tohoto cíle zvolila realizaci řady opatření. Jedná se zejména o snížení nákladů na přepravu produktů díky změnám tvaru a velikosti obalu produktu a chemického složení daného produktu, využíváním hybridních automobilů, a zásluhou výměny fosilních paliv za biomasu a instalací solárních panelů v některých provozovnách. Další potenciál spatřuje i ve změně výrobního a procesního systému, stejně jako v dopravní a přepravní politice.

Skupina odpovědně přistupuje ke svým závazkům vůči životnímu prostředí a v každodenních činnostech a při výrobě se snaží minimalizovat negativní dopad na životní prostředí. Zodpovědnost vyžaduje také od svých dodavatelů a obchodních partnerů.

### Popisek ▼

V roce 2014 přišla společnost Orkla Foods Sverige s novou lahví na kečup vyrobenou v závodě Fagelmara. **Nová láhev snižuje emise CO<sub>2</sub> pocházející z přepravy až o 90 %.** Design, tvar a velikost nové lahve také redukuje “plýtvání kečupem”, a to díky širokému hrdlu a víčku, na které je možné láhev postavit a tak z ní lehce dostat celý obsah.



ABOUT ORKLA | INVESTOR RELATIONS | PRESS | SUSTAINABILITY | CAREER

You are here: Orkla | Sustainability | Results and reporting | CDP

#### SUSTAINABILITY

- Orkla's corporate responsibility
- Food and product safety
- Nutrition and health
- Responsible sourcing
- Environment
- EHS
- People
- Orkla Friends Fund
- Results and reporting

#### CDP



### Primary objectives up to 2020

- *Develop more environmentally friendly packaging and products with a smaller environmental footprint.*
- *Reduce greenhouse gas emissions by 20%*
- *Reduce energy consumption by 20%*
- *Reduce water consumption by 20%*
- *Reduce waste by 30%*
- *Reduce manufacturing waste to landfills to zero*
- *Promote more efficient transport systems*

V témže roce kečup značky Felix vyhrál švédskou soutěž **Packaging Sustainability Award**.

### Popisek ►

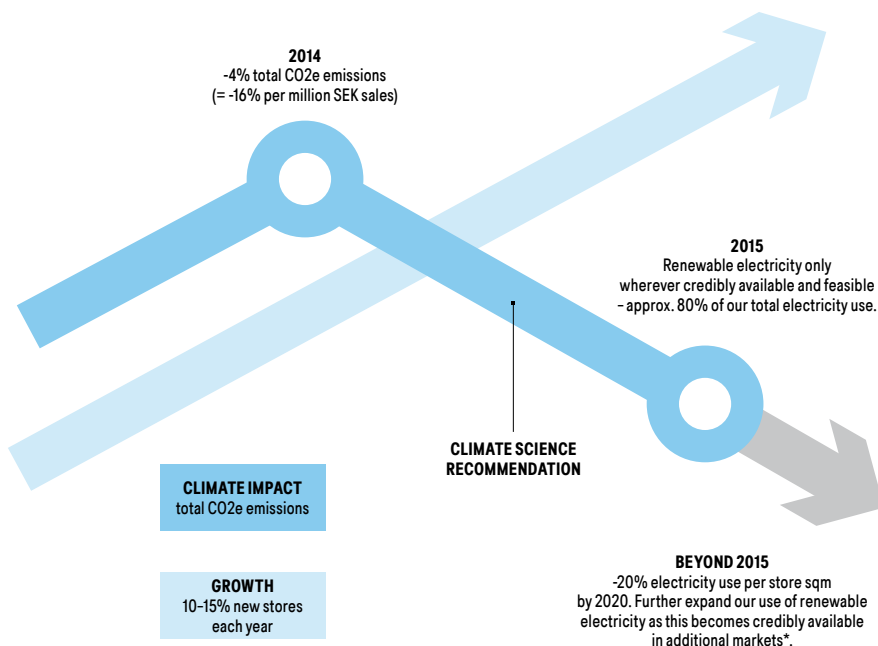
Skupina Orkla jako jeden z prvních podniků v Norsku podává od roku 2008 zprávy o svých výsledcích v rámci tzv. **CDP (Carbon Disclosure Project)** – <http://bit.ly/CDP-Orkla>. V roce 2015 dosáhla skóre 98B a neustále se zlepšuje (v roce 2015 byl průměr u společností ze Skandinávie 84C).

V roce 2014 se Orkla poprvé zapojila do programu **CDP's Forests Programme**, jehož členem je 148 společností z celého světa.

## H&M (Hennes & Mauritz AB)

Společnost H&M prezentuje své **CSR/společenskou odpovědnost** slovy **conscious (vědomý)** a **sustainable (udržitelný)**. Vychází ze sedmi závazků formulovaných na <http://bit.ly/hm-commitments>, z nichž jeden – **Be climate smart** (<http://bit.ly/hm-climate-smart>) se týká také změny klimatu. Ta je pro společnost H&M “jednou z největších výzev naší doby”. Široká škála opatření se zaměřuje nejen na vlastní snižování produkce skleníkových plynů, energetické úspory či větší využívání obnovitelných zdrojů, ale také na zvyšování “tlaku” na ekologický provoz dodavatelských firem či inspirování spotřebitelů k tomu, aby přestali využívat sušičky a prali oblečení při nižších teplotách.

Své CSR vize, cíle a jejich naplňování zveřejňuje firma pravidelně ve speciálním **Sustainability report (Zprávě o udržitelnosti)**. Nejnovější zprávu z roku 2014 týkající se závazků souvisejících s klimatickou změnou najdete na adrese <http://bit.ly/report-2014-climate>.



### ◀ Popisek

Společnost hledá úspory především v prodejnách, kde spotřebuje přes 80 % veškeré energie. V roce 2015 chce při provozu prodejen využívat pouze obnovitelné zdroje energie (všude tam, kde je taková energie dostupná) a do roku 2020 plánuje firma snížit spotřebu o 20 %.

### ▶ Popisek

Společnost H&M se prezentuje jako jeden z největších světových producentů textilu vyrobeného z přírodních materiálů a šikovně to využívá ve svém PR. Sdělení pro zákazníky je jednoduché – organická bavlna má o 46 % menší dopad na klimatické změny (než běžně používaná bavlna) a na dopravu. Pro převoz více než 90 % zboží společnost využívá ekologické vlakové a lodní dopravy.

This T-shirt has been made with **100% certified organic cotton**.

That means **46% less climate impact** than using conventional cotton.

It's been transported to our warehouse from the supplier by **ship and train**, as around 90% of all our products are.



About **26%** of the carbon emissions in its life occur when it's washed and cared for at home.

Washing at **30°C** instead of 60°C will cut energy use in half and save you money too.

Současně nabádá k ohleduplnosti i své zákazníky. Poukazuje na to, že 26 % emisí CO<sub>2</sub> spojených s životností výrobku souvisí s jeho praním a že praním textilu na 30° místo na 60° lze ušetřit nejen peníze zákazníků, ale také snížit spotřebu energie na polovinu.

## Yves Rocher (součást skupiny Rocher Group)

Skupina má v rámci **CSR Commitments** <http://bit.ly/CSR-Commitments-GR> stanoveny také závazky vedoucí k ochraně klimatu. Jedním z výsledků práce **CSR Sustainable Development Department team** je zodpovědnost za dodržování **Group's policy** (interní strategie) pojmenované **PLANET RESPECT**, a to jak v rámci společnosti samé, tak ve vztahu k dodavatelům, které nabádají k spoluúčasti v systému **Groupe Rocher's ecosystem agrees (EcoVadis CSR assessment)** <http://bit.ly/Supplier-YR>. Dodavatel-ské společnosti se tak zavazují k ekologickému provozu a k minimalizaci dopadu na změnu klimatu.

Skupina během posledních let provedla řadu opatření vedoucích primárně ke snížení nákladů na spotřebu fosilních paliv pro vytápění budov a spotřeby elektrické energie; zaměřuje se také na větší využívání obnovitelných zdrojů energie. Pokles spotřeby a nákladů na provoz tak vedl přirozeně ke snížení emisí, kterému přispívá také firemní **Politika dopravy zásilek zboží**.

Své CSR závazky a jejich naplňování zveřejňuje skupina každoročně v **Corporate Social Responsibility Report (Zprávě o udržitelnosti)**. Nejnovější zpráva z roku 2014 týkající se závazků souvisejících se změnou klimatu je zveřejněna - <http://bit.ly/CSReport-GR>.

Skupina nemá stanoven dlouhodobý cíl snížení emisí, stanovuje si krátkodobější cíle, například mezi roky **2014 a 2013 se emise skleníkových plynů snížily o 15 % a v roce 2014 bylo již 20 % elektrické energie z obnovitelných zdrojů (o 6 % více než v roce 2013)**.

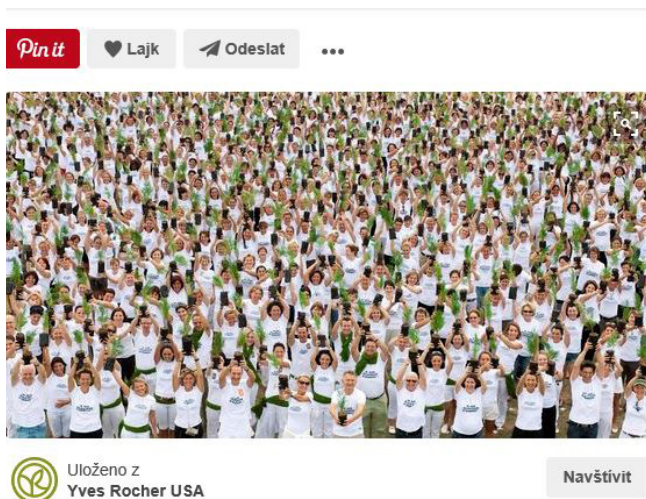
Již 20 let pořádají jednotlivé pobočky společnosti po celém světě pro své zaměstnance **tzv. Green Day**, který je každý rok věnován jednomu z témat udržitelnosti (ochrana klimatu, biodiverzita apod.).

### Popisek ►

Skupina informuje spotřebitele o dopadech svých produktů na životní prostředí, potažmo na změnu klimatu - <http://bit.ly/Eco-Friendly-YR>.

### Popisek ▼

V roce 2010 při příležitosti svých 50. narozenin se společnost zavázala do roku 2015 vysazet po celém světě 50 milionů stromů.



### Popisek

**Nadace Yves Rocher** dostala pozvání zúčastnit se klimatického summitu - **Climate Summit**, který se konal v New Yorku na podzim roku 2014 a jehož cílem bylo zmobilizovat důležité stakeholdery k dosažení plánované dohody vycházející z COP21 UNFCCC. Nadace Yves Rocher se stala také signatářem **Statement of Forest Principles** - <http://bit.ly/Stat-Forest-Principles>.

### New Eco Friendly Tube Expert Repair lotion with shea butter



Společnost Yves Rocher založila nadaci **LA FONDATION YVES ROCHER** podporující výsadbu stromů, která nabízí možnost zapojit se pro jednotlivce, skupiny či organizace - <http://bit.ly/Foundation-YR>.





## Skanska a. s.

Stavební společnost Skanska působící v České republice na svých webových stránkách prezentuje iniciativu a závazek odpovědnosti k ochraně životního prostředí – <http://bit.ly/Inciativa-Skanska>. Uvědomuje si, že svými výrobními a dalšími činnostmi ovlivňuje stav životního prostředí. Otevřeně prohlašuje: „*Víme, že budovy a stavby jsou zodpovědné za vyprodukování cca 40 % všech emisí CO<sub>2</sub>*“

Proto se při všech činnostech snaží o naplňování **strategie pěti nul** v rámci udržitelného rozvoje. Jedním z cílů je **i ten environmentální** – <http://bit.ly/5nul-Skanska>, který společnost ještě stvrzuje definováním **Environmentální politiky skupiny Skanska v ČR a SK** (aktuální verze z července 2015 na <http://bit.ly/Envi-politika-Skanska>). Mezi environmentálními cíli společnosti je zahrnut také závazek „*podporovat efektivní využívání energie a snižování emisí plynů souvisejících s klimatickými změnami*“.

Společnost Skanska má pozitivní vztah k příležitostem a výzvám v oblasti snižování spotřeby energií a k minimalizaci negativních dopadů na změnu klimatu. **Zaměřuje se na věci, které může přímo kontrolovat a ovlivnit.** Konkrétně **na zaměstnance, na svůj majetek** (péči o vozový park definuje Green Car Policy, o těžké stroje a zařízení Energy Efficiency Best Practice Guidelines a v případě kanceláří a provozoven se uplatňuje směrnice Energy Efficiency Best Practice Guidelines) a **na dodavatele a klienty**, kteří musí respektovat přístup společnosti Skanska.

### Popisek ►

Skanska je členem platformy Byznys pro společnost, v roce 2013 byla oceněna jako Společensky odpovědná firma – Leader v životním prostředí (odkaz na další významná ocenění – <http://bit.ly/Byznys-CSR-Skanska>.)

### Popisek ▼

Společnost Skanska poskytuje v oblasti tzv. **Zeleného stavění** širokou škálu výhod z hlediska ochrany životního prostředí, například efektivní spotřebu energie, efektivní nakládání s vodou a odpady a ekologicky zodpovědnou výrobu stavebních materiálů. V posledních letech saturuje poptávku po energetické a environmentální certifikaci budov.

Během prvních dvou let realizace obchodního plánu pro rok 2011–2015 vzrostl ve společnosti Skanska výrazně počet provedených výpočtů uhlíkové stopy.

Tisková zpráva

10.6.2013 13:20 CET

## Skanska a.s. je součástí Tematicky expertní skupiny Firmy a voda, jejímž garantem je Byznys pro společnost

Skanska si uvědomuje rizika související s dostupností a užíváním vody, a proto se v rámci spolupráce s Byznys pro společnost, odbornou platformou na CSR a udržitelné podnikání, připojila k práci v expertní skupině zaměřené na hospodaření s vodou a vodními zdroji.



**BYZNYS  
PRO SPOLEČNOST**  
BUSINESS FOR SOCIETY

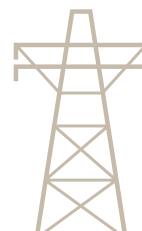
Počet projektů Skanska s výpočtem uhlíkové stopy 2008-2011

1  
2008

3  
2009

4  
2010

36  
2011



## T-Mobile Czech Republic, a. s. (skupina T-Mobile)

Česká pobočka T-Mobile svoji společenskou odpovědnost prezentuje prostřednictvím webových stránek **Pro svět kolem nás** – <http://bit.ly/Pro-svet-T-Mobile>. Snaží se, aby její ekologická stopa byla co nejmenší a ta „společenská“ co nejvíce kultivovaná a kultivující. Z toho důvodu byla zformulována **environmentální mise** *Chceme se stát vedoucí telekomunikační společností v oblasti ochrany životního prostředí* – <http://bit.ly/Envi-politika-T-Mobile>. V ní se společnost zavázala k minimalizaci své uhlíkové stopy. K odpovědnosti vůči okolnímu světu vede i své zaměstnance, zákazníky nebo třeba obchodní partnery tak, aby neustále naplňovali environmentální potřeby a cíle v souladu s environmentální politikou společnosti.

Zapojili se také do největší světové iniciativy za společenskou odpovědnost a udržitelné podnikání pod záštitou **OSN – UN Global Compact**, stali se zakládajícím členem **Národní sítě Global Compact Česká republika** – <http://bit.ly/Global-Compact-CZ>.

ÚVOD > TISKOVÉ MATERIÁLY > TISKOVÉ ZPRÁVY >

T-MOBILE TESTUJE ALTERNATIVNÍ ZDROJE ENERGIE PRO MOBILNÍ SÍŤ

## T-MOBILE TESTUJE ALTERNATIVNÍ ZDROJE ENERGIE PRO MOBILNÍ SÍŤ

- Solární panely a větrná turbína zajistí zcela ekologický provoz mobilní sítě
- Kapalný vodík a metanol místo naftového agregátu



### Popisek ▲

Společnost investuje do modernizace a zefektivňování sítě, která přináší snížení spotřeby elektrické energie a tím i uhlíkové stopy. Dále se orientuje na obnovitelné zdroje energie – instalace solárních panelů a větrné turbíny, což umožňuje zcela ekologický provoz mobilní sítě.

### Popisek ►

Společnost T-Mobile v České republice získala **Certifikát Environmentální vyúčtování** – <http://bit.ly/Envi-oceneni-T-Mobile>. Jeho základem je studie životního cyklu (tzv. LCA – Life Cycle Assessment), která posuzuje systém zpětného odběru CRT televizorů, počítačových monitorů a drobného elektrozařízení. Výsledek studie jednoznačně prokázal, že zpětný odběr elektrozařízení má nezanedbatelný pozitivní dopad na životní prostředí. Díky recyklaci elektrozařízení uspořili ve společnosti 311 MWh elektriny, 21 740 litrů ropy, 1 202 m<sup>3</sup> vody a 6 tun primárních surovin. Emise skleníkových plynů snížili o 58 tun CO<sub>2</sub> ekv. a produkci nebezpečných odpadů o 249 tun.



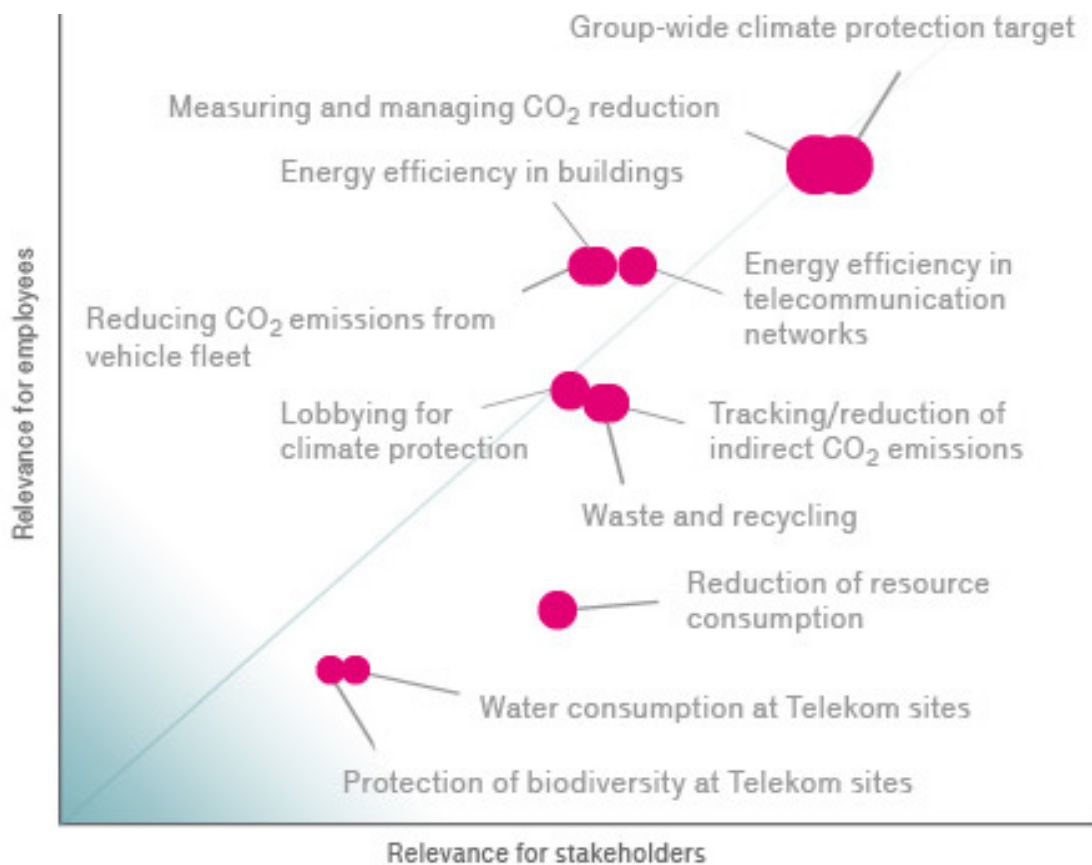
Skupina T-Mobile si stanovila cíl snížit do roku 2020 emise CO<sub>2</sub> (mimo T-Mobile USA) o 20% oproti roku 2008. Své CSR vize, cíle a strategie vedoucí ke snížení emisí CO<sub>2</sub> zahrnuje pod označením **Climate protection strategy** do **Corporate Responsibility Report**, poslední dostupná je z roku 2013 - <http://bit.ly/CReport-T-Mobile>.



**Alle WEGE genützt = K L I M A geschützt !!! 😊**

### Popisek ▲

Skupina T-Mobile uskutečnila v březnu 2014 soutěž **Climate protection photo** - <http://bit.ly/Photo-Climate-Competition>. Zúčastnilo se jí 90 zaměstnanců z poboček po celém světě. Cílem bylo povzbudit zaměstnance k aktivnímu zapojení do společného cíle ochrany klimatu. Zaměstnanci ukazovali různé možnosti, jak lze každý den přispět ke snížení CO<sub>2</sub>, například jízdou do práce na kole, vlakem nebo hromadnou dopravou, šetřením energií v kanceláři apod.



#### Popisek ▲

Skupina T-Mobile každý rok identifikuje ukazatele, které mají zásadní význam pro udržitelný rozvoj podnikání s ohledem na zaměstnance, obchodní partnery a dodavatele služeb, přičemž každý z nich má svou specifickou roli v dosažení stanoveného cíle ochrany klimatu.



#### ◀ Popisek

Video umístěné na webových stránkách skupiny T-Mobile s tématem změny klimatu a emisí skleníkových plynů - [http://bit.ly/T-Mobile\\_video](http://bit.ly/T-Mobile_video).

## Société Générale Group

Tato přední evropská finanční skupina působí ve všech částech světa a **udržitelný rozvoj je nedílnou součástí hodnot** společnosti. Environmentální zodpovědnost je prezentována ve výroční zprávě a oblast ochrany klimatu, zastoupená zejména sledováním a snižováním emisí skleníkových plynů, je jedním z klíčových témat.

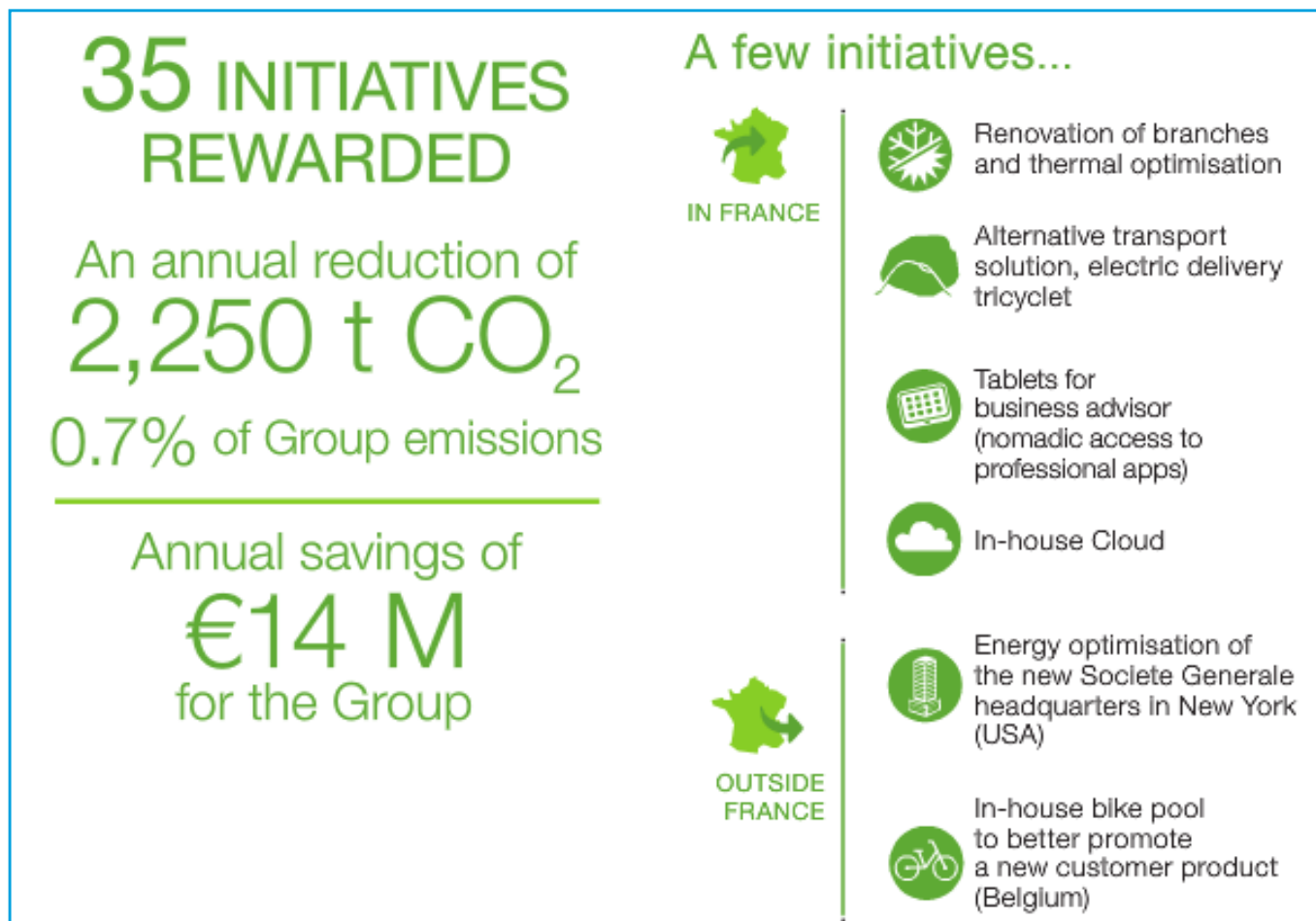
Skupina Société Générale s ústředním heslem „Zodpovědná banka“ chce být klíčovým hráčem v oblasti firemní a sociální odpovědnosti. Její **dlouhodobá politika CSR** zahrnuje mezi strategickými prioritami rozvoj **odpovědných finančních produktů** (se zohledněním jejich ekologických a sociálních dopadů) a příklady dobré praxe při řízení vlivu na životní prostředí včetně strategie nákupu.

Celkově považuje skupina Société Générale probíhající ekologické a **klimatické změny** a z nich vyplývající potřebu uchování ekologické rovnováhy za jednu **z velkých výzev** tohoto století. Skupina se systematicky zabývá svou uhlíkovou stopou a má stanovený dlouhodobý **cíl směřování k uhlíkové neutralitě**.

Skupina podrobně informuje o své uhlíkové stopě na webové prezentaci a v podrobné CSR zprávě – <http://bit.ly/Societe-Generale-CSReport-2015>. Jako formu komunikace o této problematice využívá také sociálních sítí, tiskových zpráv a následných článků publikovaných v tradičních i on-line všeobecných a odborných médiích.

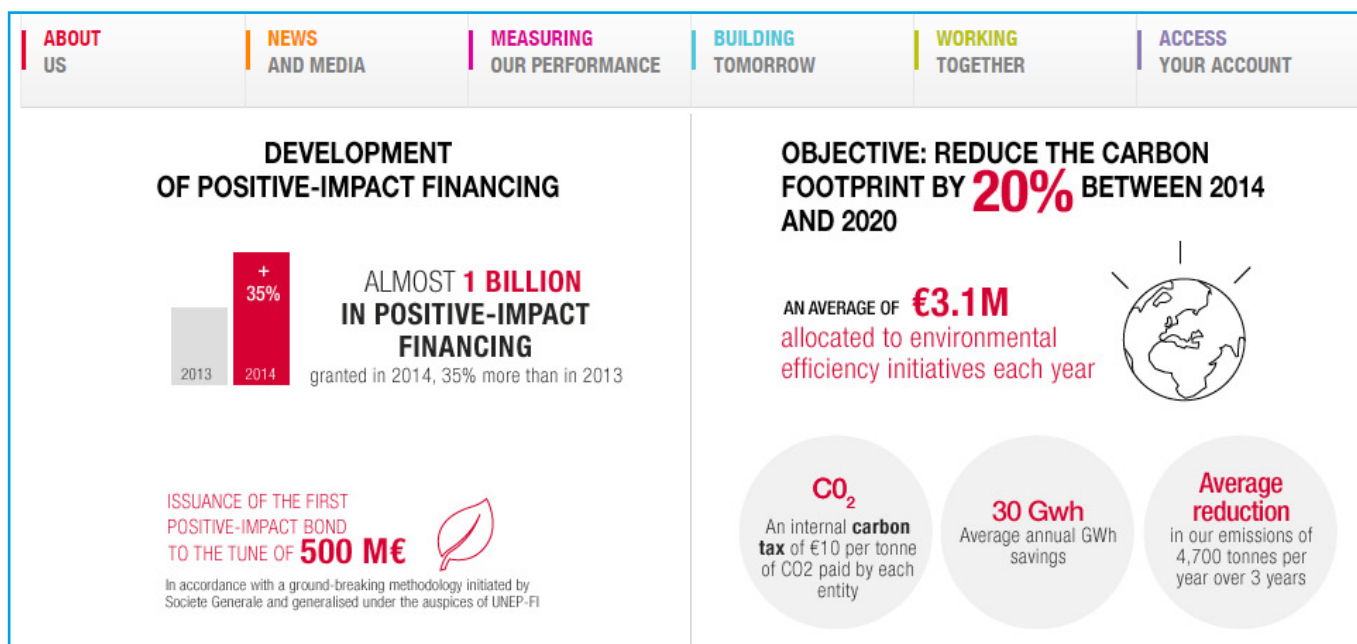
### Popisek ▼

V roce 2011 skupina Société Générale jako jedna z prvních bank zavedla vlastní **interní schéma uhlíkové daně**, z níž se financují environmentálně **úsporné projekty**. Jedná se o dvousložkovou interní iniciativu, která motivuje jednotlivé divize skupiny ke snižování emisí CO<sub>2</sub>. Ve druhé fázi odborná porota vyhodnotí vhodné návrhy úspor emisí a mezi vybrané iniciativy rozdělí prostředky shromážděné jako interní daň, kterou odvádí každá divize podle velikosti svých emisí (viz ukázka grafiky). Interní uhlíkové schéma tak slouží jako **nástroj komunikace i motivace zaměstnanců**, součástí je soutěž o nejlepší iniciativu zaměřenou na snížení emisí – The Environmental Efficiency Awards – <http://bit.ly/SGG-Internal-Carbon-Tax>.



**Popisek ▼**

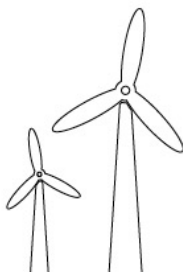
V roce 2015 představila skupina svou **politiku ochrany klimatu**, která například obsahuje zákaz financování uhelných elektráren v zemích OECD nebo dalšího rozvoje těžby uhlí a která naopak počítá se zdvojnásobením podpory obnovitelných zdrojů energie. Jednou z důležitých iniciativ jsou fondy pro „zelené“ investování, zohledňující udržitelnost daných aktivit. Navíc se skupina zavázala spolu s 59 dalšími významnými společnostmi pokročit v **realizaci nízkouhlíkových řešení** v souladu s opatřeními přijatými na úrovni států (v souvislosti s COP21) – ukázka z webové prezentace přijatých závazků skupiny v boji proti změně klimatu na <http://bit.ly/Societe-Generale-climate-commitments>.



## OUR COMMITMENTS TO FIGHTING CLIMATE CHANGE\*

### DOUBLING IN THE FINANCING OF RENEWABLE ENERGY PROJECTS

Financing objective  
**10 BILLION**  
euros by 2020



**70%** OF THE GROUP'S  
NEW FINANCING  
in electricity production was driven by  
renewable energy, in 2014

### REDUCTION IN CARBON-RELATED ACTIVITIES

**0**  
**FINANCING\*\***

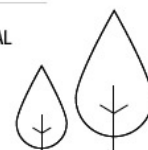
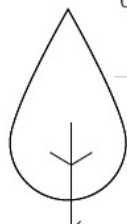
- of coal mine development projects
- of coal-fired power station projects in high-revenue OECD countries



### FIGHTING DEFORESTATION

**A SIGNATORY**  
OF THE *SOFT COMMODITIES COMPACT*  
A target of zero net deforestation by 2020 for  
clients in the agricultural commodities sector

**COMPLIANCE WITH ENVIRONMENTAL  
AND SOCIAL PRINCIPLES**  
In the field of palm oil, forestry and  
biodiversity.



## Závěrem

Společenská odpovědnost se stává běžnou součástí politiky většiny firem. Významná část z nich se v rámci své CSR zaměřuje také na omezování dopadů své činnosti na životní prostředí. Zdaleka ne všichni se, ale věnují konkrétně stále důležitější problematice klimatické změny.

Příklady "dobré praxe" prezentované v naší publikaci ukazují, že nejvíce se v tomto směru angažují velké společnosti v pozici lídrů daných odvětví, kteří většinou podnikají v celosvětovém měřítku, nebo jejich dceřiné podniky. Kompletní výčet takových společností by přesáhl možnosti této brožury, proto jsme uvedené příklady volili s ohledem na co nejpestřejší zastoupení jednotlivých oborů výroby a služeb a zároveň s ohledem na nápaditost a účinnost zvolených způsobů řešení sledované problematiky.

Věříme, že předchozí stránky nabídly čtenářům inspirující informace o tom, jak co nejdříve do společenské odpovědnosti firmy zařadit téma změny klimatu, jak lze formulovat konkrétní strategické cíle i to, jak jejich naplňování průběžně a hlavně zajímavě prezentovat veřejnosti.

**Autoři Inspiračního manuálu vycházeli z veřejně dostupných a prezentovaných zdrojů jednotlivých podniků. Uvedená data a informace vyjadřují postoje a názory podniků a nejedná se o názory autorů Inspiračního manuálu.**

### Zkratky v Příloze 5

CO<sub>2</sub> - Oxid uhličitý

CSR - Společenská odpovědnost firem

GHG - Green House Gas

LCA - Life Cycle Assessment

PR - Public relations

### Český klimatický program SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO<sub>2</sub> [www.snizujemeCO2.cz](http://www.snizujemeCO2.cz)

Program SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO<sub>2</sub> je dobrovolný nástroj ochrany životního prostředí, který vychází z cílů mezinárodních a národních dohod v oblasti ochrany klimatu. **Cílem programu je motivovat podniky ke snižování množství skleníkových plynů emitovaných v České republice, podporovat je v přijímání příslušných opatření,** prezentovat výsledky v rámci programu a zprostředkovat realizace veřejně prospěšných offsetových projektů. Jedná se o jediný program tohoto druhu v České republice.

**Záštitu programu udělilo Ministerstvo životního prostředí. Garantem a administrátorem programu je nezisková organizace CI2, o. p. s.**

Dobrovolný program SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO<sub>2</sub> umožňuje subjektům certifikované sledování a snižování emisí skleníkových plynů. Zapojený subjekt obdrží po splnění základních podmínek definovaných v Pravidlech programu certifikát a je mu po dobu jednoho roku propůjčena značka příslušné úrovně zapojení.

**Program SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO<sub>2</sub> se skládá ze dvou částí: z části Značkové a Offsetové. Každá obsahuje tři úrovně zapojení - značky.**

#### Část Značková - udělení značky na základě stanovení, výpočtu nebo ověření uhlíkové stopy

Základním předpokladem pro zapojení do této části programu je odborné stanovení uhlíkové stopy žadatele. Uhlíková stopa je nepřímým ukazatelem spotřeby energií, výrobků a služeb. Měří množství skleníkových plynů, které odpovídají aktivitám či produktům subjektu. Výpočet emisí skleníkových plynů musí splňovat postup předepsaný podle mezinárodních standardů (např. GHG Protocol nebo ISO normy). Provedený výpočet je následně ověřen nezávislým subjektem (pokud výpočet nebyl proveden přímo garantem programu).



#### Část Offsetová - přidělení značky v případě realizace offsetového projektu

Představuje rozšíření jednotlivých úrovní zapojení do značkové části o souběžnou podporu ověřeného veřejně prospěšného offsetového projektu. Ověření provede garant programu před realizací projektu v České republice. Výběr, podpora a realizace ověřených offsetových projektů se řídí podle podmínek pro offsetové projekty. Podmínkou pro zapojení do programu je skutečnost, že podnik poskytne finanční podporu pro offsetový projekt zajišťující prevenci vypouštění emisí nebo jejich odčerpání z atmosféry. Pro zařazení do programu SLEDUJEME/SNIŽUJEME CO<sub>2</sub> musí tyto projekty splňovat základní podmínku veřejné prospěšnosti.





Autoři:

**Metodika stanovení uhlíkové stopy podniku a postup pro její snížení**

Viktor Třebický – CI2, o. p. s.

**Příloha 5 – Komunikace ochrany klimatu v praxi: Inspirační manuál pro podniky**

Vladimíra Khajlová, Petr Pavelčík – CI2, o. p. s., Dan Petrucha – specialista  
pro PR a komunikaci

Vydává: CI2, o. p. s.

v roce 2016

Kateřinská 26, 128 00 Praha 2

<http://www.ci2.co.cz> | <http://www.snizujemeco2.cz>

Stran: 44

Sazba a tisk: Aladin Agency, Baranova 31, 130 00 Praha 3

ISBN: 978-80-906341-3-8

*Realizováno v rámci projektu „Aktivní zapojení podnikatelského sektoru do činností na ochranu klimatu“ podpořeného grantem z Islandu, Lichtenštejnska a Norska v rámci EHP fondů. [www.fondnno.cz](http://www.fondnno.cz), [www.eeagrants.cz](http://www.eeagrants.cz).*