

Slováci vedia oceniť firemnú filantropiu

Spoločnosť GfK na základe online prieskumu vnímania firemnej filantropie vytvorila rebríček aktivít firiem, ktoré ľudia najviac oceňujú. Najviac uznanou aktivitou medzi ľuďmi na Slovensku je podpora vzdelávania a vedy, ktorú oceňuje 46% respondentov, hlavne mládež a vysokoškolsky vzdelaní ľudia. Na druhom mieste so 43% je ekológia a ochrana životného prostredia. Tretie miesto a 40% patrí podpore rodiny pred podporou zdravia a prevencie s necelými 37%. Posledné tri oblasti si v oveľa väčšej miere všímajú ženy. Nežnejšie pohlavie je citlivejšie aj na pomoc firmám týkajúcu sa integrácie ľudí s telesným a mentálnym postihnutím do spoločnosti.

Zdroj: GfK Slovakia

Kraft znížil odpad

Vďaka kombinácii recyklovania, vyrábania energie z odpadu, kompostovaniu a využívania potravinového odpadu na krmenie zvierat znížil Kraft Foods produkciu odpadu o 30% a deväť továrň dosiahlo nulový odpad.

Továrne našli rôzne možnosti zníženia odpadu. Dve továrne v New Yorku dokonca využívajú vlastný odpad. Srvátku, ktorá zostane z výroby syra, dávajú do strojov, ktoré ju premenia na bioplyn. Ten sa následne využíva v bojleroch na tvorbu tepla, ktoré tvorí asi 30 percent celkovej potreby energie v továrňach.

Zdroj: Greenbiz.com

Unilever firmou roka

Spoločnosti KPMG, Unilever a PwC UK získali najvyšší rating – Platinum Plus – v tohtoročnom Indexe firemnej zodpovednosti, zostavovanom britskou organizáciou Business in the Community (BITC). Toto hodnotenie získali vďaka začleneniu dlhodobej udržateľnosti do svojich podnikateľských stratégií. Napr. KPMG bolo ocenené za obmedzenie niektorých letov na krátke vzdialenosti, systémy firemného dobrovoľníctva a presťahovanie sa do udržateľných kancelárií. Hlavným víťazom je spoločnosť Unilever, za systematickú integráciu udržateľnosti do inovácie značiek a vývoja produktov, čím je zodpovednosť súčasťou každej ich životnej fázy. Napríklad 15% čaju pochádza z certifikovaných udržateľných zdrojov a Globálny program pre umývanie rúk oslovil 133 miliónov ľudí v 23 krajinách.

Zdroje: BITC, Environmental leader, Financial Times

Novinky z oblasti ZP prináša

zodpovednepodnikanie.sk

VOICES LIVE

Ako spojiť PR filantropických aktivít firiem a neziskovky netriviálnou zážitkovou formou? Jednou z odpovedí môže byť aj multižánrová akcia Voices Live.

Ivan Ježík

Andrea Gajdošová

Koncept Voices Live – jeden večer, veľa zážitkov vznikol začiatkom roku 2009 ako živá forma prezentácie rôznorodých činností neziskovej organizácie Voices a jej prenesenia z virtuálneho prostredia internetu do interaktívnej atmosféry moderného divadla. Dvojhodinový moderovaný program so zaujímavými hosťami sa opiera o premietanie krátkych filmov z produkcie Voices, netriviálne vystúpenia hudobných skupín a interpretov (Puding pani Elvisovej unplugged, Longital s kuchynským riadom namiesto perkusí, Laco Lučenič na sitár a iní), čítačku mladej slovenskej literatúry doplnenú o špeciálne pripravený hudobný podmaz (Veronika Šikulová, Peter Krištúfek, Pavol Sibyla), visual art (Erik Šille, Sashe.sk, Olja Triška Stefanovič), stand-up comedy (Tomáš Hudák, Ján Gordulič, Ivan Huljak) a predstavovanie zástupcov netriviálnych neziskových projektov, festivalov alebo ocenení ako Adam Marčan (Easthetic festival), Roman Samotný (Filmový festival Inakosti), Bohdana Hromádková (Cena Oskára Čepana), Michal Kaščák (Festival Pohoda) a ďalší. Neziskové organizácie sa tiež usilujú prispôsobiť novým trendom a hľadať nové formy PR aktivít. Ich zámerom je informovať verejnosť o svojej práci autenticky a dôveryhodne. To je totiž kľúčom k naplneniu ich vlastnej existencie.

V rámci predstavenia filantropických aktivít firiem informovala Voices napríklad o projekte pomáhajúcom podnikateľom nepočujúcim www.nepocujucipodnikatelia.sk, ktorú realizuje spoločnosť Slovak Telekom v spolupráci s Nadáciou Pontis. Po premietnutí krátkeho filmu z produkcie Voices o konkrétnom príklade pomoci nepočujúcemu v podnikaní hovorili predstavitelia Nadačného fondu Slovak Telekom pri Nadácii Pontis, ale aj samotní nepočujúci s tľmočníkom do posunkovej reči o fungovaní spolupráce a spoločne predstavili ciele a výsledky projektu. Premietnutý krátky film neobsahoval žiadne komerčné informácie a nenásilnou a citlivou formou informoval o filantropických aktivitách spoločnosti Slovak Telekom. „Rozhovor s nepočujúcim a premietanie filmu na Voices Live bol zážitok nielen pre nás, ale hlavne pre ľudí, kto-



Jesenná časť multižánrového podujatia, ktoré predstavuje aktivity neziskoviek a vytvára tak príležitosť pre spojenie s aktivitami firiem, štaruje koncom októbra.



ri sa dozvedeli o aktivitách v oblasti zodpovedného podnikania našej spoločnosti veľmi netriviálnou formou,“ hovorí šéf korporátnej komunikácie Slovak Telekom Ján Kondáš.

Od filmu k live rozhovorom

Potvrdením rastúcej obľúbenosti formátu Voices Live je aj skutočnosť, že začínal v nultom priestore Centra pre súčasné umenie A4 s 50 divákmi, zatiaľ čo teraz chodí do divadla Heineken Tower Stage pravidelne vyše 200 ľudí. „Rastúci záujem potvrdzuje, že nápady, zážitky, bezprostrednosť a komunitná atmosféra sú tým, čo si ľudia naplno užívajú. Teší ma, že firmy začínajú chápať, že PR nie je marketing. Podpora kultúry a neformálneho vzdelávania sa dá pekne skombinovať s tým, že poviem, čím sa snažím prispieť ja,“ dopĺňa Ivan Ježík, riaditeľ a spoluzakladateľ Voices.

Voices ešte v roku 2008 začal používať formát krátkeho videofilmu na internet ako pútavý spôsob zviditeľnenia činnosti neziskových organizácií. Videofilmy výborne fungujú aj počas

verejného premietania na podujatiach Voices Live. Medzi najzaujímavejšie z nich patrili krátky film o tanečnom divadle Elledanse, o festivale Konvergenencie a jeho umeleckom riaditeľovi – violončelistovi Jozefovi Luptákovi, o petržalskom nízkoprahovom Klube Kaspian, ale aj mnohé iné. V rozhovoroch, ktoré nasledujú po premietnutí krátkeho filmu na veľké plátno, sa účastníci od pozvaných zástupcov organizácií priamo dozvedia nielen nové konkrétne fakty, ale zároveň získajú aj emócie, ktoré im pomáhajú vytvoriť si k téme či organizácii vzťah na základe vlastnej skúsenosti.

Príležitosť pre PR agentúry a klientov

Pre samotné organizácie je to jedinečná príležitosť dopĺňajúca online komunikáciu. Bežnou skúsenosťou organizátorov po podujatí sú záujemcovia o dobrovoľnícku pomoc, zvýšenie záujmu o jednotlivé akcie alebo možnosť PR agentúr (napr. Seesame alebo Neopublic) získať dobrý tip na kvalitný a spoľahlivý projekt pre svojho korporátneho klienta.

Po programe viacerí návštevníci zostávajú vo foyer, kde majú možnosť ochutnať špeciality z chránenej kaviarne Medzi nami, ktorá vytvára pracovné príležitosti pre ľudí s duševnými poruchami. „Voices Live je pre nás skvelou príležitosťou, ako kaviareň a myšlienku chránenej práce pre ľudí s duševnými poruchami zviditeľniť. Navyše pred ľuďmi, ktorí sú veľmi vnímaví k posolstvu a pridanej hodnote, ktorú kaviareň predstavuje. Vážime si to, pretože každý predaný koláčik a mafin dáva našim pracovníkom možnosť pracovať a cítiť sa tak užitočným a šikovným,“ hovorí Juraj Marendiak.

Voices Live sa koná vždy raz za mesiac v Divadle Heineken Tower Stage v Bratislave. Naživo aj zo záznamu ho vysielala internetová televízia metoo.sk. Videá z jednotlivých vystúpení sú ďalej šírené na sociálnych sieťach (Facebook, Youtube) a na webovej stránke Voices. Krátke filmy Voices o činnosti neziskových organizácií sú zverejňované na tv.sme.sk s priemernou sledovanosťou okolo 5 000 videní. Najbližšie 17. pokračovanie Voices Live sa koná vo štvrtok 21. októbra 2010, osemnásťte vydanie je naplánované na 24. november. ●