**Partnerství firem na akcích: proč je důležité a jak ho vnímá veřejnost i zaměstnanci?**

**PRAHA, 21. BŘEZNA 2022 – Posiluje důvěryhodnost firmy, odlišuje ji od konkurence a zviditelňuje značku. Společenské odpovědnosti firem si váží téměř 90 procent zaměstnanců. Patří do ní i podpora akcí pro veřejnost nebo jejich samotné pořádání. Proč firmy podporují veřejné akce, podle jakého klíče je vybírají a jak se na tyto aktivity tváří zaměstnanci firem?**

Význam společenské odpovědnosti si uvědomuje stále větší množství firem, od velkých zahraničních korporací až po malé podniky. „Funkce firem pouze jako tvůrce zisku je už dávno nedostačující a firmy to vědí. Jejich účast na společensky prospěšných akcích je v dnešní době takřka nutná. Zatímco v minulosti byla společenská odpovědnost doménou spíš větších zahraničních firem, v současné době je tématem i v malých podnicích. Ať už jde o velkou, nebo malou firmu, důležitý je strategický plán, který ve firmě zamezí chaotické dobročinnosti a umožní využít plného potenciálu firmy, a tím pádem i zvýšit společenský dopad její činnosti,“ upozornila Olga Hyklová, majitelka a výkonná ředitelka personální agentury Advantage Consulting.

Mezi oblíbené aktivity v rámci společenské odpovědnosti patří podpora nejrůznějších akcí pro veřejnost. Kulturní, společenské nebo sportovní události, za kterými firmy stojí, velmi často souvisejí s jejich činností. Toto kritérium ale není pro firmy to nejpodstatnější, důležité je, zda akce nějakým způsobem koresponduje s vizí společnosti. „Nevyrábíme jen boty. Jako firmě nám jde o udržitelnost, výrobu bot z obnovitelných materiálů i inovativní přístup k firemnímu fungování. Z toho důvodu podporujeme hodně rozvojové projekty zaměřené na ochranu krajiny. V Česku jsme se stali jedním z největších partnerů mezinárodního festivalu dokumentárních filmů o lidských právech Jeden svět. Účast na festivalu spojíme i s pop up obchodem v Praze v Tvorba Store na Letné, kde si bude možné od 25. do 30. března vždy od 12 do 18 hodin vyzkoušet naši novou kolekci. Zajímavostí letošního ročníku festivalu je i to, že tašky, které festival bude prodávat, jsou vyrobeny ze zbytků látek našich bot, což skvěle koresponduje s naší vizí a snahou neplýtvat,“ popsala Barbora Nikolaus, zástupkyně pro Česko a marketérka společnosti Wildling Shoes.

Kromě jednorázových partnerství si firmy vybírají zpravidla neziskové organizace, které podporují soustavně. „V rámci Česka jsme k sobě hledali organizaci, která si klade podobné cíle jako my, funguje na podobných principech cirkulárnosti a regenerace v regionu. Naší motivací je šířit osvětu, inspirovat a povzbuzovat ostatní k možnostem změny. Právě díky shodnému vnímání společenských hodnot jsme oslovili organizaci Kokoza, která vrací komunitní život do měst, a domluvili se na dlouhodobé finanční podpoře jejích aktivit,“ doplnila Barbora Nikolaus.

Význam společenské odpovědnosti firem neustále sílí. Sponzorování kulturních nebo sportovních akcí je pro firmy bezpochyby dobrá příležitost, jak se zviditelnit a posílit svou image. Společensky odpovědné chování firem však nevnímá pozitivně pouze veřejnost, stejně klíčové je i pro dobrou atmosféru ve firmě samotné. Až 87 procent zaměstnanců považuje za důležité, zda je jejich zaměstnavatel společensky odpovědný. Řada firem se proto účastní akcí, které ani „nejsou na veřejnosti vidět“. „Na naší klinice jsme se rozhodli zapojit do charitativní sbírky použitých brýlí. Všechny, které naši pacienti přinesou na kliniky, ještě poslouží pacientům v rozvojových zemí. Díky našim zkušeným lékařům, nejmodernějším laserům a dostupným laserovým operacím ročně zbavíme rychle a bezbolestně dioptrických brýlí nebo čoček tisíce pacientů. Nepotřebné brýle potom mohou zanechat na kterékoli z našich klinik. Jsme rádi, že pacienti tuto možnost hojně využívají. Brýle, které by pro ně už nebyly užitečné, tak ještě poslouží v zemích, kde lékařská péče není tak snadno dostupná,“ Pavel Stodůlka, přednosta sítě očních klinik Gemini.

Kromě partnerství na akcích volí řada firem i opačnou cestu – pořádají vlastní události a z pozice organizátora nabízejí spoluúčast ostatním podobně naladěným firmám. „Už před osmi lety jsme se rozhodli začít organizovat akce pro veřejnost v našem okolí. Každý rok jsme pravidelně pořádali v Centrálním parku v Praze 11 akci s názvem Rodinná výzva. Jedná se o zábavně sportovní odpoledne pro rodiny s dětmi, od předškoláků po seniory. Kromě řady sportovních úkolů byla vždy součástí programu i fyzioterapeutická poradna pro veřejnost. V období před covidem se akce účastnilo přes dva tisíce lidí. Kromě marketingového efektu jsme se s mými kolegy naučili organizovat i složitější procesy, což využíváme dál při našem podnikání,“ uvedl Zdeněk Bílek, ředitel FYZIOkliniky, která akci pořádá ve spolupráci s dalšími partnery a sportovními kluby.

**KONTAKT PRO MÉDIA:**

**Mgr. Petra Ďurčíková\_mediální konzultant**

****

**+420 733 643 825,** **petra@pearmedia.cz****,** [**pearmedia.cz**](http://www.pearmedia.cz)

**WILDING SHOES,** [**www.wildling.shoes**](https://www.wildling.shoes/)

Anna a Ran Yona, jejichž děti milovaly v teple běhat bosé, potřebovali sehnat pevnější obuv do zimy. Rodiče však ani mezi nejdražšími značkami nenašli tu, která by jejich dětem umožnila chodit přirozeně a nebránila vývoji chodidla. Tak v roce 2016 vznikla německá rodinná firma Wildling Shoes. Rychle rostoucí podnik dnes nabízí unisexové boty pro děti i dospělé a zaměstnává téměř tři stovky pracovníků. V roce 2021 přesáhl počet prodaných minimalistických bot 500 tisíc. Velký důraz je ve firmě kladen na udržitelnost materiálů a dodržování společensky spravedlivých podmínek výroby a obchodu. Wildling Shoes v Česku podporuje neziskovou organizaci Kokoza a festival dokumentárních filmů Jeden svět. Firma je držitelkou Ceny německého designu 2020, nedávno byla vyhlášena nejlepším německým zaměstnavatelem žen a německou firmou roku 2021.