

**Discover  
Fairness!**  
Kde začíná vaše dobrodružství?

## **OUTDOOROVÉ FIRMY A ODPOVĚDNOST**

**Zpráva o společenské odpovědnosti českých firem  
v outdoorovém průmyslu v rámci jejich dodavatelského  
řetězce**

**2011**



# **OUTDOOROVÉ FIRMY A ODPOVĚDNOST**

**Zpráva o společenské odpovědnosti českých firem  
v outdoorovém průmyslu v rámci jejich dodavatelského  
řetězce**

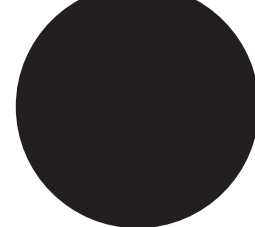
**2011**

Vydalo NaZemi – společnost pro fair trade, Kounicova 42, Brno 602 00, Česká republika  
Redakce: Anna Lazorová, Šárka Tomková

Březen 2012

ISBN 978-80-905146-4-5

# OBSAH



<b>1. Úvod</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Profily outdoorových firem</b> .....	<b>5</b>
Alpine Pro, a. s. ....	5
LP Komfort, s. r. o. ....	6
Direct Alpine, s. r. o. ....	7
Hannah Czech, a. s. ....	8
Stigma Distribution, s. r. o. ....	9
HDM Distribution, s. r. o. ....	10
Humi Outdoor, s. r. o. ....	11
Husky CZ, s. r. o. ....	12
Piccolo spol. s r. o. ....	13
MX – Board, s. r. o. ....	14
DOS production, spol. s r. o. ....	15
Rock Empire, s. r. o. ....	16
Warmpeace, s. r. o. ....	17
<b>3. Dotazník</b> .....	<b>18</b>

Kampaň Ušili to na nás! se věnuje problematice pracovních podmínek při výrobě oblečení v rozvojových zemích, a to jak módního, tak i sportovního. V reakci na poptávku spotřebitelů jsme provedli šetření mezi 13 českými firmami, které vyrábějí a dovážejí outdoorové oblečení pro náš trh. Zajímalo nás zejména, kde tyto firmy své zboží vyrábějí a jestli sledují pracovní podmínky, v nichž toto zboží vzniká.

Výzkum kampaně Ušili to na nás!<sup>1</sup> o pracovních podmínkách v outdoorovém průmyslu ve Vietnamu a Číně, kde vzniká zboží téměř všech zkoumaných firem, totiž dokládá hned několik problémů. Dělníci v továrnách na outdoorové oblečení dostávají velmi nízké mzdy, které jsou nuceni si „vylepšovat“ neúměrně dlouhými přesčasy (až 16 hodin denně, šest dní v týdnu). Čelí rovněž hrubému zacházení, zadržování mezd nebo zaměstnávání na nevýhodné krátkodobé smlouvy. Celkově se dá tvrdit, že podmínky, v nichž outdoorové zboží ve Vietnamu, Číně a jiných asijských zemích vzniká, většinou nekorespondují s image, kterou zde firmy předkládají veřejnosti.

Na českém trhu je outdoorové zboží velice populární. Pro ilustraci, za sportovní oblečení a vybavení utratili lidé v ČR v roce 2009 v průměru 4 780 Kč (Zdroj: Ipsos Tambor, 2010).

Zajímavý je také fenomén „českých“ outdoorových značek, kterých jsou u nás desítky. Z telefonického průzkumu, který jsme uskutečnili v roce 2010, vyplývá, že přes 50 % těchto firem již přesunulo svoji výrobu do Asie. Ze značek, které našemu trhu dominují<sup>2</sup>, tak učinily již téměř všechny. Situace dospěla dokonce do takového stavu, že firmy, které chtějí ponechat svou výrobu v České republice, mají podle svých slov na trhu významnou konkurenční nevýhodu – náklady na výrobu zde a v jihovýchodní Asii jsou nesrovnatelné.

Jako spotřebitelé se přitom o těchto faktech nedozvídáme a firmy si podobné informace pečlivě hlídají. O podmínkách výroby se nedozvíme z webové prezentace firem, od prodavačů ani z informací uvedených na produktu. Spotřebitelé se na ně ale stále častěji ptají. Proto jsme v roce 2011 provedli dotazníkové šetření mezi 13 českými outdoorovými firmami, které vyrábějí zboží v rozvojových zemích a Číně. Ptali jsme se na transparentnost firmy (kde se zákazník o jejím chování dozví?) a na její společenskou odpovědnost z hlediska pracovních podmínek. Zároveň jsme však firmám poskytli možnost část dotazníku nevyplnit nebo požádat o utajení, což jsme vždy respektovali. Vypracované profily měly všechny firmy možnost vidět a komentovat před jejich zveřejněním. Formulář dotazníku najdete na konci této zprávy.

Nečiníme si nárok na úplnost uvedených dat, protože jsme vycházeli pouze z informací poskytnutých firmami a z veřejně dostupných zdrojů. Vyplněné dotazníky nebyly vždy kompletní a některé otázky nemusely být správně pochopeny – zde jsme se firem na význam odpovědí doptávali. Zárukou pravdivosti informací je tedy tvrzení firmy; co bylo možné, ověřovali jsme z veřejně dostupných zdrojů.

Při hodnocení společenské odpovědnosti firmy hrálo roli i vyplnění dotazníku jako takové, jelikož to považujeme za známku ochoty firmy o své odpovědnosti diskutovat s veřejností. Oceňujeme také snahu některých firem diskutovat s námi i nad rámec dotazníku. Celkově je jasné, že řada firem se již začíná nad těmito otázkami zamýšlet, nicméně jenom velice málo z nich již činí i nějaké kroky ke zlepšení situace.

V rámci této studie byly dotazovány firmy vyrábějící následující značky:

- Alpine Pro
- Bushman
- Direct Alpine
- Hannah
- Horsefeathers
- Humdrum
- Humi
- Husky CZ
- Loap
- Meatfly
- Nugget
- Rock Empire
- Warmpeace

Dotazník vyplnilo pět firem. Tyto informace jsme doplnili daty z veřejně dostupných zdrojů a připravili profily jednotlivých firem.

## Komentář autorek

Při práci na této Zprávě bylo potřeba projít veškeré dostupné informace, a tak jsme pronikli i do pozadí vzniku českých outdoorových firem. Díky tomu mají pro nás některé české značky svou osobitost. Historie vzniku velké části českých outdoorových firem obsahuje příběhy několika mladých lidí, kteří se v 90. letech rozhodli vytvořit vlastní styl oblékání, ušít si kalhoty, které jim padnou, bundu, která nepromokne.

Jejich podnikání bylo často úspěšné. V 90. letech byl trh otevřený novým podnikatelským příležitostem, navíc výsledky práce byly kvalitní a oproti zahraničním značkám i cenově dostupnější. Přidanou hodnotou bylo jejich vlastní nadšení pro sport a outdoor.

Od 90. let se obchodní prostředí výrazně proměnilo. Firmy na to musely pohotově reagovat a přesunuly výrobu do zemí s nízkými výrobními náklady. Pro firmy se jedná o logické rozhodnutí, které vnímaly (a vnímají) jako nutné pro zabezpečení cenové konkurenceschopnosti svých produktů. Výroba outdoorových funkčních materiálů také vyžaduje čím dál lepší technologie a stroje, které jsou pro firmy údajně příliš drahé. Firmy proto zadávají zakázky přímo továrnám, které tyto technologie vlastní. Nicméně ne všechny firmy se rozhodly výrobu přesunout a bylo by zajímavé prozkoumat, jak úspěšné jsou ty, které stále vyrábějí v ČR.

České společnosti zpravidla nevlastní v zemích s nízkými výrobními náklady svoji továrnu, ale zadávají zakázky dodavatelům, od kterých převezmou hotové zboží. Tato skutečnost je častým argumentem, proč se společnosti nezabývají pracovními podmínkami při výrobě vlastního zboží. Jsou přesvědčeny, že nemohou své dodavatele ovlivnit. Jedna továrna totiž nevyrobí pouze pro jednu značku, ale hned pro několik. Firmy často argumentují právě tím, že nemají páku na dodavatele, aby podmínky ve výrobě zlepšili.

Firmy nepovažují vytvoření ucelené koncepce vlastní společenské odpovědnosti za důležité i z několika dalších důvodů. Někteří zástupci firem osobně navštěvují továrny, jež pro ně vyrábějí a nevidí na místě žádné porušování práv zaměstnanců. To je ovšem častý jev v případě ohlášených návštěv, na které se továrny důkladně připraví. Setkali jsme se také s názorem, podle něhož je Čína silnou ekonomikou, a tak není rizikovou zemí v oblasti porušování pracovních práv zaměstnanců. Výše citovaný výzkum pracovních podmínek však ukazuje, že právě v Číně je situace alarmující. Některé firmy také argumentují tím, že zákazníci jejich společenská odpovědnost vůbec nezajímá. Jako odpověď na tuto námitku organizace NaZemi uspořádala v roce 2011 fotopetiční akci, při níž sbírala hlasy spotřebitelů volajících po etickém podnikání. K fotopetici se připojilo více než 2000 lidí, což svědčí o tom, že spotřebitelé si začínají uvědomovat různé souvislosti spojené s nákupem zboží. Toto potvrzuje i nejnovější průzkum společnosti Ipsos Tambor (Corporate Social Responsibility Research 2011)<sup>3</sup>, který ukazuje, že spotřebitelé odpovědnost firem nejen zajímá, ale ovlivňuje i jejich nákupní rozhodnutí.

Pro firmy byl náš dotaz na jejich společenskou odpovědnost často překvapením. Bylo to nejspíše poprvé v jejich dvacetileté historii, kdy jim tuto otázku někdo položil. Firmy tuto věc považují za uměle vytvořený problém a etický kodex jen za bezvýznamnou formalitu. Nicméně je potřeba si uvědomit, že se v žádném případě nejedná o izolovanou aktivitu neziskových organizací. Zahraniční firmy, často i mnohem menší než dotazované české společnosti, již svou společenskou zodpovědnost alespoň v některých ohledech řeší a stává se u nich samozřejmou součástí podnikání. Bylo pouze otázkou času, kdy tyto trendy dorazí i do ČR.

Nové prostředí mezinárodního obchodu si od českých outdoorových firem vyžádalo změnu výrobních strategií. Toto prostředí je mnohem složitější než bývalo v 90. letech a nově zahrnuje i zcela neobchodní aspekty, jako například etika při výrobě zboží. Vztah se zákazníkem už se nezakládá pouze na ceně a kvalitě. Vyšitá loga a značky na oblečení vždy něco vypovídaly o samotné firmě, představovaly prestiž. Dnes si je zákazníci navíc spojují s povědomím o tom, zda se daná firma chová při svém podnikání odpovědně a dbá na podmínky, za kterých bylo oblečení vyrobeno. Tento nový rozměr ve vnímání značek nevznikl iniciativou neziskových organizací, ale novým prostředím trhu, který s sebou tyto problémy přinesl.

Argumenty firem proti přijetí své společenské odpovědnosti jsou často pochopitelné, nepostačují však k ospravedlnění jejich nečinnosti nebo zlehčování situace. Je třeba navázat konstruktivní dialog, aby byla problematika pracovních podmínek, ať už v Asii nebo České republice, zahrnuta v obchodním jednání firem a aby firmy naše požadavky nebraly jako útok proti svému pracně vybudovanému postavení. Naším cílem je v konečném důsledku zejména informovat spotřebitele o faktech, která se jiným způsobem nedozví. Pro firmy pak existuje množství jednoduchých kroků, kterými mohou svou praxi zlepšit<sup>4</sup>.



Zajímavou motivací pro ně může být i fakt, že existuje jasný a nezpochybnitelný trend přijetí společenské odpovědnosti firem, a to jak v zahraničí, tak i v České republice. Podle průzkumu European Outdoor Group, zájmové skupiny prodejců outdoorového zboží, až 93 % představitelů firem tvrdí, že udržitelnost bude určující pro další úspěch jejich společností. Odpovědnost a dodržování lidských práv by tedy měly být samozřejmou součástí podnikání<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> Výzkum je dostupný na [www.usiltonanas.cz](http://www.usiltonanas.cz).

<sup>2</sup> Server Svět sportu.info (únor 2011) : „Na českém trhu s outdoorovým vybavením se vyostřuje boj největších prodejců. Plzeňská společnost Hannah za poslední tři roky výrazně rozšířila maloobchodní prodej – z několika obchodů na dnešních třicet (včetně prodejen Rock Point). Dohání tak hlavního rivala na trhu – Hudysport z Bynovce u Děčína, který má po Česku formou franšizy 33 prodejen a dalších 8 na Slovensku. A expanzi chystá také pražská firma Husky, která disponuje 15 vlastními a několika dalšími prodejny.“ „Hannah i Hudysport z krize vyvázly „jen“ stagnací tržeb. Ty v případě Hannahu dosáhly v konsolidované výši zhruba 600 milionů korun, u Hudysportu zhruba 800 milionů. Čtvrtmiliardové tržby má pražská společnost Husky, která v Česku také patří mezi největší prodejce outdoorového vybavení.“ Více: Svět sportu.info (2011): *Největší prodejci outdoorového zboží v ČR jsou Hudysport, Hannah a Husky*.

<sup>3</sup> Ipsos Tambor (2012): *Lidem v ČR jsou témata společenské odpovědnosti stále bližší*, (<http://www.ipsos.cz/tiskove-zpravy/lidem-v-cr-jsou-temata-spolecenske-odpovednosti-stale-blizsi>).

<sup>4</sup> Inspirací může být například publikace 4 kroky k odpovědnosti, dostupná na stránkách [www.usiltonanas.cz](http://www.usiltonanas.cz).

<sup>5</sup> European Outdoor Group (2010): *Outdoor News*.

## Alpine Pro, a. s.

Sídlo (město)	Praha
Počet zaměstnanců	ČR 73, v jiných zemích 17
Počet prodejních míst	ČR 25, v jiných zemích 12
Majitel společnosti	Martin Záveský, Petr Koblíček, Vladislav Fedoš
Ředitel společnosti	funkce neobsazena
Obrat společnosti	634 mil. Kč (odhad pro období 10/2010-09/2011)
Zisk společnosti	22 mil. Kč (odhad pro období 10/2010-09/2011)
Země výroby (počet dodavatelů)	ČR (3), Čína (20), Bangladéš (2)
Vyráběné značky	Alpine Pro

Společnost vznikla v roce 1994 z podnětu sportovních nadšenců. V současnosti patří k největším českým výrobcům outdoorového oblečení a vůbec k největším textilním obchodům v zemi. Její produkce zahrnuje také boty (16 %) a batohy (2 %). V roce 2009 se stala na čtyři roky oficiálním partnerem Českého olympijského týmu a podílí se na sponzorování různých dalších sportovních aktivit. Zajímavostí je také fakt, že firma expanduje na čínský trh.

### Transparentnost

Společnost vyplnila dotazník a poskytla nám k nahlédnutí interní etický kodex. Alpine Pro, a. s. vydává výroční zprávy, které jsou volně dostupné na [www.justice.cz](http://www.justice.cz). Společnost je transparentní v mnoha ohledech jako je obrat, zisk, firemní struktura, země výroby. Ne tak v oblasti dodavatelského řetězce; Alpine Pro, a. s. seznam dodavatelů tají.

### Etický kodex

Společnost vytvořila etický kodex a poskytla nám jej k nahlédnutí. Etický kodex je však neveřejný. Má závaznou povahu a měl by být vymahatelný. Kodex upravuje podmínky výroby v dodavatelském řetězci. Svou podstatou odkazuje na některé zásady Mezinárodní organizace práce, přestože se na ni přímo neodvolává. Dále deklaruje, že zaměstnanci ve výrobě mají pobírat mzdu, která pokryje jejich životní náklady, tedy mzdu vyšší než je minimální mzda.

### Implementace etického kodexu

Firma uvádí, že principy zakotvené v etickém kodexu jsou obsaženy ve smlouvě mezi firmou a dodavateli. V případě jejich porušení přitom dodavateli hrozí ukončení spolupráce s firmou. Dohled nad implementací kodexu ve výrobě zajišťuje proškolený kontrolor. Audity tedy provádí firma sama a také hradí jejich náklady.

### Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

### Shrnutí

Společnost Alpine Pro, a. s. se snaží být transparentní v mnoha ohledech. O své společenské odpovědnosti komunikovala s organizací NaZemi poměrně otevřeně. Posunem od minulého roku je určitě vytvoření etického kodexu, který obsahuje některé zásady ohledně dodržování pracovních a lidských práv při výrobě zboží. Nicméně kodex je zatím neveřejný a také jeho kontrola dodržování v praxi není nezávislá (platí a vykonává ji samotná firma).

Firma dále uvedla, že připravuje certifikaci SA8000 v roce 2012. Tato certifikace obsahuje poměrně přísné standardy, nicméně v realitě je činnost mnoha certifikovaných výrobců v rozporu s těmito standardy, což ukazuje na nedostatečný systém kontrol.





## LP Komfort, s. r. o.

Sídlo (město)	Čerčany
Počet zaměstnanců	neuveдено
Počet prodejních míst	ČR 25, Slovensko 8
Majitel společnosti	Jindřich Melichar, Miroslav Mráz, Roman Štrohmajer
Ředitel společnosti	Ing. Eva Čílová
Obrat společnosti	neuveдено (170 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveдено (6 mil. Kč)
Země výroby (počet dodavatelů)	Asie – Čína, Indie Evropa - ČR
Vyráběné značky	Bushman

Značku Bushman v současnosti vyrábí společnost LP Komfort, s. r. o. Její produkci tvoří z 98 % oděvy a ze 2 % doplňky jako jsou tašky či batohy. Vyrábí především volnočasovou módu s důrazem na přírodní design. Firmu založila skupina lidí nadšených do cestování a firemní filozofie hovoří o úctě k přírodě, z čehož vychází i design produktů a marketing společnosti.

### Transparentnost

Společnost částečně vyplnila dotazník, avšak neposkytla dodatečné dokumenty. Její výroční zpráva je volně dostupná na [www.justice.cz](http://www.justice.cz). LP Komfort, s. r. o. je transparentní v některých ohledech, jako je prodejní a firemní struktura. Společnost se snaží být transparentní i ohledně rozmístění výroby a struktury dodavatelského řetězce. Tyto informace jsou však neucelené. LP Komfort, s. r. o. nezveřejňuje zprávu o společenské odpovědnosti firmy.

### Etický kodex

Není známo, že by společnost měla etický kodex.

### Implementace etického kodexu

Společnost patrně nemá etický kodex. Rizik spojených s etickými otázkami si je vědoma, neprovádí ovšem jejich nezávislou analýzu. Kontrolu pracovních podmínek provádí LP Komfort, s. r. o. prostřednictvím svých zprostředkovatelů; nicméně způsob hodnocení není známý.

### Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

### Shrnutí

Společnost vyplnila dotazník a poskytla částečné informace o výrobě a struktuře dodavatelského řetězce. Uvedla, že kromě České republiky vyrábí také v Číně a Indii, tedy zemích známých špatnými pracovními podmínkami v oděvním průmyslu. Rizika nedodržování pracovních standardů si je vědoma, nicméně zřejmě nepodniká konkrétní kroky ke zlepšení situace. Společnost přitom uvedla, že se 75 % zprostředkovatelů spolupracuje déle než pět let, což je dobrým předpokladem pro efektivní vyhodnocení a zlepšení pracovních podmínek v dodavatelském řetězci. Vhodným prvním krokem by bylo vytvoření etického kodexu podle standardů Mezinárodní organizace práce nebo iniciativy Clean Clothes Campaign a následně nezávislá kontrola jeho implementace.

# Direct Alpine, s. r. o.

Sídlo (město)	Liberec
Počet zaměstnanců	neuvedeno (25 – 49)
Počet prodejních míst	neuvedeno (ČR 70, v jiných zemích 70)
Majitel společnosti	Jindřich Hudeček, Radek Nováček
Ředitel společnosti	Radek Nováček
Obrat společnosti	neuvedeno (40 – 60 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuvedeno
Země výroby (počet dodavatelů)	ČR, Korea, Vietnam
Vyráběné značky	Direct Alpine

Společnost vznikla v 90. letech z podnětu několika sportovců, kteří si začali vyrábět vlastní funkční oděvy pro outdoorové aktivity. Firma Direct Alpine, s. r. o. v současné podobě je v obchodním rejstříku zapsána od září 2005. Společnost vyrábí pouze oděvy, s důrazem na kvalitní technické provedení.

## Transparentnost

Společnost nám při loňském průzkumu vyplnila dotazník a poskytla dodatečné dokumenty. Letos dotazník nevyplnila, nicméně mnoho informací se spotřebitel může dozvědět přímo z jejích webových stránek. Na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz) jsou dostupné pouze starší informace o obratu a zisku. Společnost se snaží být transparentní v mnoha ohledech, např. pokud jde o obrat, prodejní a firemní strukturu. Direct Alpine, s. r. o. nezveřejňuje zprávu o společenské odpovědnosti firmy ani výroční zprávu. Oproti loňskému roku firma zveřejnila etický kodex, který byl do té doby dostupný pouze na vyžádání. Informace o dodavatelském řetězci nejsou dostupné, v tomto ohledu tedy není firma plně transparentní.

## Etický kodex

Direct Alpine, s. r. o. má etický kodex, který je volně dostupný na internetu. Dokument formálně odkazuje na zásady Mezinárodní organizace práce, avšak neupravuje všechny základní standardy práce (např. nucenou práci, rozsah pracovních hodin a přesčasů). Kodex částečně upravuje i podmínky výroby v dodavatelském řetězci, například udává povinnost dodavatelů vyplácet zaměstnancům minimální mzdu.

## Implementace etického kodexu

Protože firma letos nevyplnila dotazník, nemáme žádné nové informace o implementaci kodexu. Kodex je závazný pro přímé dodavatele, není ovšem vymahatelný. Společnost si uvědomuje etické aspekty spojené s výrobou a reflektuje je vlastním způsobem. Vedení společnosti jezdí do dodavatelských továren, když zaškolují zaměstnance. Při té příležitosti zjišťují podmínky, v nichž výroba probíhá.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Direct Alpine, s. r. o. se snaží být transparentní v mnoha ohledech. Oceňujeme především uveřejnění etického kodexu. Vnímáme také snahu společnosti osobně kontrolovat pracovní podmínky zaměstnanců i v dodavatelském řetězci, je zde však stále velký prostor pro další kroky. Příkladem je uváděná povinnost dodavatelů vyplácet minimální mzdu, což je ovšem nutné i podle místní legislativy a nepředstavuje to tedy požadavek nad rámec již existujících právních povinností dodavatele. Minimální mzda bývá v asijských zemích stanovena hluboce pod úroveň mzdy, která by pokryla skutečné životní náklady dělníků. Nicméně v českém prostředí se jedná o poměrně otevřenou firmu, která určité kroky k monitoringu pracovních podmínek podniká.



# Hannah Czech, a. s.

Sídlo (město)	Plzeň
Počet zaměstnanců	neuveďeno (50 – 99)
Počet prodejních míst	neuveďeno (33)
Majitel společnosti	Stanislav Krpejš, Hana Zachariášová, Martina Tomšů
Ředitel společnosti	Radek Svoboda
Obrat společnosti	neuveďeno (600 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveďeno
Země výroby (počet dodavatelů)	ČR, Čína
Vyráběné značky	Hannah, Redstone, Sportland, Redwood, National Geographic

Společnost vznikla v roce 1991 z iniciativy dvou nadšených sportovců. Firma Hannah je v současné podobě v obchodním rejstříku zapsaná od roku 2005. Začínali s výrobou spacáků a péřových bund, dnes vyrábí i stany, batohy a především outdoorové oblečení. Firma podporuje sportovní akce, např. Český pohár v boulderingu.

## Transparentnost

Společnost nevyplnila dotazník organizace NaZemi. Firma je částečně transparentní v některých ohledech, jako je firemní a prodejní struktura. Na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz) jsou volně dostupné výroční zprávy i jejich ověřovací audity. Firma nevydává žádné zprávy o společenské odpovědnosti. Dodavatelský řetězec společnosti zůstává netransparentní.

## Etický kodex

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem nebo jinými nástroji, které by upravovaly pracovní podmínky ve výrobě.

## Implementace etického kodexu

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem, ani že by prováděla audity pracovních podmínek v místě výroby.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Společnost odmítla vyplnit zasláný dotazník, proto veškeré informace na tomto profilu pocházejí z veřejně dostupných zdrojů. Společnost většinu své produkce vyrábí v Číně. Není známo, že by nějakým způsobem zohledňovala pracovní podmínky u svých dodavatelů. Jelikož firma Hannah Czech, a. s. patří k největším outdoorovým společnostem na českém trhu, měla by přijmout svou odpovědnost za pracovní podmínky ve svém dodavatelském řetězci. Vhodným prvním krokem je vytvoření a zveřejnění etického kodexu, který by vymezoval, k jakým etickým principům se společnost zavazuje. Následným krokem by bylo zajištění nezávislé kontroly implementace kodexu.

# Stigma Distribution, s. r. o.

Sídlo (město)	Plzeň
Počet zaměstnanců	ČR 32
Počet prodejních míst	ČR 100, v jiných zemích 185
Majitel společnosti	Hanuš Salz, Pavel Kubíček
Ředitel společnosti	Jiří Kubíček
Obrat společnosti	124 mil. Kč
Zisk společnosti	13 mil. Kč.
Země výroby (počet dodavatelů)	ČR, Řecko, Bulharsko, Portugalsko, Čína, Taiwan
Vyráběné značky	Horsefeathers

Značka vznikla roku 1989. První trička vyrobila společnost v roce 1993. V roce 2010 už byla značka Horsefeathers dostupná ve 20 zemích, kde nabízí kromě oděvů i batohy a jiné doplňky. Společnost je zaměřena především na výrobu sportovního oblečení na snowboarding a skateboarding.

## Transparentnost

Společnost vyplnila dotazník. Stigma Distribution, s. r. o. je transparentní z hlediska obratu, firemní a prodejní struktury. Dále se snaží být transparentní v dodavatelském řetězci. Poskytnuté informace však nejsou ucelené. Není známo, že by společnost vydávala výroční zprávy nebo zprávy o společenské odpovědnosti firmy.

## Etický kodex

Etický kodex není veřejně dostupný a neexistuje ani v písemné podobě. Společnost údajně disponuje nepsaným, pouze ústně předávaným, etickým kodexem. Jeho obsah není znám.

## Implementace etického kodexu

Společnost uvedla, že nemá psanou podobu etického kodexu. I přesto je údajně závazný pro zaměstnance Stigma Distribution, s. r. o. i přímé dodavatele, nicméně není jasné, jak je možné jeho implementaci kontrolovat. Společnost tvrdí, že dodržování kodexu je zajišťováno osobními návštěvami u dodavatelů, které hradí sama společnost. Není známo, zda jsou tyto návštěvy předem avizovány.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Společnost vyplnila zasláný dotazník jako jediná z firem, které vyrábějí zboží specifické pro skateboarding a snowboarding. Stigma Distribution, s. r. o. se snaží být transparentní v mnoha ohledech. Je si vědoma problémů spojených s pracovními podmínkami v továrnách svých dodavatelů a vyvíjí určitou iniciativu k eliminaci rizik. Společnost například uvádí, že pořádá pravidelná školení o svém etickém kodexu a provádí osobně kontroly na pracovištích, nicméně obsah nepsaného kodexu není znám.

Jako problematickou vnímáme právě nepsanou podobu kodexu. Ústní podoba kodexu neumožňuje jeho zveřejnění a dostupnost všem zaměstnancům. Takový kodex pak v konečném důsledku nemůže být ani efektivně implementován. Obsah kodexu by měl být zpracován do písemné podoby a měl by být veřejně dostupný. K implementaci kodexu má společnost vhodné předpoklady, jelikož s 80 % dodavatelů spolupracuje déle než pět let. Sama společnost si je výhod dlouhodobé a transparentní spolupráce vědoma, což také považujeme za vhodný předpoklad k dalšímu kroku v přijetí společenské odpovědnosti firmy.



# HDM Distribution, s. r. o.

Sídlo (město)	Plzeň
Počet zaměstnanců	neuveďeno
Počet prodejních míst	neuveďeno
Majitel společnosti	Josef Fencľ
Ředitel společnosti	Josef Fencľ
Obrat společnosti	neuveďeno
Zisk společnosti	neuveďeno
Země výroby (počet dodavatelů)	Čína
Vyráběné značky	Humdrum

Společnost se zabývá výrobou volnočasového a sportovního oblečení. O firmě samotné se na jejích stránkách spotřebitel mnoho nedozví. Společnost HDM Distribution, s. r. o. vznikla v dubnu 2010, v minulosti značku vlastnila společnost Humdrum Boardwear, s. r. o.

Kromě výroby samotného textilu se společnost zabývá i zprostředkovatelskou činností. Kompletně zajišťuje celý dodavatelský proces, od vyhledání dodavatele pro jakýkoliv produkt až po logistické služby. Působí v Číně, Hong Kongu, Taiwanu, Indii a Pákistánu. Sídľí v Plzni, avšak vlastní i obchodní kancelář v Šanghaji. Společnost na různých internetových serverech uvedla, že služby v oblasti importu zboží poskytuje od roku 2004.

## Transparentnost

Společnost nevyplnila dotazník ani jiným způsobem nereagovala na naši výzvu k poskytnutí informací. Je netransparentní v mnoha ohledech, jako je zisk, obrat, firemní struktura. Na svých internetových stránkách o sobě neuvádí prakticky žádné informace. Výroční nebo jiné zprávy vzhledem k datu vzniku společnosti pravděpodobně neexistují.

## Etický kodex

Není známo, že by společnost měla etický kodex.

## Implementace etického kodexu

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

HDM Distribution, s. r. o. je netransparentní a nezveřejňuje téměř žádné informace ani o svém působení, ani ohledně společenské odpovědnosti. Spotřebitelé se tyto informace nemají jak dozvědět.

Společnost nevyplnila dotazník a ani nijak s organizátory průzkumu nekomunikovala. Zástupci firmy přitom s vysokou pravděpodobností přicházejí do styku s realitou pracovních podmínek v rozvojových zemích a mají možnost to ve svém podnikání reflektovat. Nečiní tak však žádným nám známým způsobem.

# Humi Outdoor, s. r. o.

Sídlo (město)	Dobříš
Počet zaměstnanců	cca. 70
Počet prodejních míst	ČR 100, SR 20
Majitel společnosti	Petr Rychlý, Eva Děrdová
Ředitel společnosti	Petr Rychlý
Obrat společnosti	neuvedeno
Zisk společnosti	neuvedeno
Země výroby (počet dodavatelů)	ČR, Čína (Vietnam, Indie)
Vyráběné značky	Humi Outdoor

Společnost vznikla v roce 1990, začínala s podomácku šitými péřovými výrobky. Od poloviny 90. let začala vyrábět specializované outdoorové oblečení, později se také zaměřila na zakázkovou výrobu oděvů pro firmy nebo například pro Policii a Armádu ČR.

## Transparentnost

Společnost z větší části vyplnila zasláný dotazník, avšak neposkytla dodatečné dokumenty. Snaží se být transparentní v ohledech jako je firemní a prodejní struktura. Humi Outdoor, s. r. o. není transparentní ve struktuře dodavatelského řetězce, o kterém podle poskytnutých informací nevede záznamy. Společnost nezveřejňuje výroční zprávu ani zprávu o společenské odpovědnosti.

## Etický kodex

Společnost nemá etický kodex a není známo, že by přijala jiná opatření, která by nad rámec legislativy státu upravovala pracovní podmínky v dodavatelských řetězcích.

## Implementace etického kodexu

Společnost nemá etický kodex, neprovádí audity pracovních podmínek a podle poskytnutých informací se při styku s dodavatelem nezabývá dodržováním sociálních pracovních standardů.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Společnost vyplnila zasláný dotazník a s organizací NaZemi komunikovala. Společnost Humi Outdoor, s. r. o. nemá etický kodex a neprovádí žádné audity, přestože uvedla, že podle jejich mínění jsou pro jejich zákazníky pracovní podmínky v továrnách na druhém místě v důležitosti hned za kvalitou výrobku a mají za to, že jsou dokonce důležitější než samotná cena. Tato skutečnost by byla dobrým výchozím předpokladem pro efektivní vyhodnocení a zlepšení pracovních podmínek v dodavatelském řetězci. Vhodným prvním krokem by bylo vytvoření a implementace etického kodexu podle standardů Mezinárodní organizace práce nebo iniciativy Clean Clothes Campaign. Společnost uvedla, že její výroba se z mnoha důvodů přesunuje zpět do ČR. Tato skutečnost nicméně nesnižuje potřebu přijetí výše zmíněných opatření. Ta jsou platná univerzálně, tzn. vztahují se i na pracovníky v ČR.



# Husky CZ, s. r. o.

Sídlo (město)	Praha
Počet zaměstnanců	neuveďeno (65 v roce 2009)
Počet prodejních míst	neuveďeno (ČR 19)
Majitel společnosti	Petr Brůna
Ředitel společnosti	Petr Brůna, Zbyněk Kolomazník – jednatelé spol.
Obrat společnosti	neuveďeno (260 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveďeno (6 mil. Kč)
Země výroby (počet dodavatelů)	neuveďeno (Čína)
Vyráběné značky	Husky

Společnost vznikla v roce 1997 a v současnosti patří mezi lídry na trhu s outdoorovým vybavením. Vyrábí oblečení (25 %) s důrazem na technické provedení, ovšem z velké části se zaměřuje také na výrobu spacáků (25 %), batohů (25 %), stanů a různých doplňků. Firma je sponzorem řady sportovních aktivit i konkrétních sportovců.

## Transparentnost

Společnost zasláný dotazník nevyplnila. Společnost je transparentní v některých ohledech, jako je obrat, zisk, prodejní a firemní struktura. Na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz) jsou k dispozici starší, podrobné výroční zprávy i ověření nezávislého auditora. Dodavatelský řetězec společnosti však zůstává netransparentní.

## Etický kodex

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem nebo jinými nástroji, které by upravovaly pracovní podmínky ve výrobě.

## Implementace etického kodexu

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem, ani že by prováděla audity pracovních podmínek v místě výroby.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Společnost Husky CZ, s. r. o. je jedním z největších výrobců outdoorového oblečení a vybavení se sídlem v ČR. Firma se prezentuje jako společnost kladoucí důraz na kvalitu a zabývá se i výrobou z biomateriálů (5 %). To svědčí o tom, že nějakým způsobem buď reflektuje poptávku zákazníků, nebo bere v potaz i další aspekt společenské odpovědnosti, ekologickou šetrnost. Nemáme však informace, že by se firma zabývala pracovními podmínkami ve výrobě. Podle vyjádření Husky CZ, s. r. o. v loňském dotazníku jsou pracovní podmínky nejméně důležité téma pro jejich zákazníky. Firma tedy nedeklaruje žádnou snahu tyto podmínky zlepšit, nebo se jim nějak věnovat při svém podnikání.

# Piccolo, spol. s r. o.

Sídlo (město)	Praha
Počet zaměstnanců	neuveďeno (100 )
Počet prodejních míst	neuveďeno
Majitel společnosti	Miroslav Sláma
Ředitel společnosti	neuveďeno
Obrat společnosti	neuveďeno (430 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveďeno (12 mil. Kč)
Země výroby (počet dodavatelů)	neuveďeno (Čína)
Vyráběné značky	Loap, G-mini (firma je dále distributorem značek Lolé, Loap, Hamax, Chicco, Orange, Valco, výhradní zastoupení značky Columbia Sportswear)

Společnost vznikla v roce 1992 jako distributor a následně i výrobce dětského oblečení a jiných potřeb pro děti (např. cyklosedačky a dětské helmy). Vlastní outdoorovou značku Loap založila v roce 1996. V současnosti se pod značkou Loap vyrábí hlavně sportovní oblečení, dále také batohy, stany a jiné doplňky.

## Transparentnost

Společnost nevyplnila dotazník a ani svou neúčast na průzkumu nevysvětlila. Na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz) je dostupná starší výroční zpráva a účetní uzávěrka. Společnost se snaží být transparentní v některých ohledech, jako např. prodejní a firemní struktura. Společnost nezveřejňuje zprávu o společenské odpovědnosti firmy.

## Etický kodex

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem nebo jinými nástroji, které by upravovaly pracovní podmínky ve výrobě.

## Implementace etického kodexu

Ohledně společenské odpovědnosti není firma transparentní. Nejsou známa existující opatření pro implementaci společenské odpovědnosti firmy. Nejsou známé informace o provádění auditů pracovních podmínek v místě výroby.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Společnost nevyplnila dotazník organizace NaZemi a neposkytla ani žádné jiné informace. Veškeré údaje v tomto profilu pocházejí z veřejně dostupných zdrojů. Z nich vyplývá, že společnost pravděpodobně vyrábí svou textilní produkci v asijských zemích (Číně), které jsou známé špatnými pracovními podmínkami. Neexistuje žádný doklad o tom, že by společnost pracovní podmínky při výrobě svého zboží nějakým způsobem monitorovala. Piccolo, s. r. o. není transparentní ve svém dodavatelském řetězci, zemích výroby, nákupních praktikách apod.





## MX – Board, s. r. o.

Sídlo (město)	Brno
Počet zaměstnanců	neuveďeno (25 – 49)
Počet prodejních míst	neuveďeno
Majitel společnosti	Petr Šmíd
Ředitel společnosti	Petr Šmíd
Obrat společnosti	neuveďeno ( 65 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveďeno (1,4 mil. Kč)
Země výroby (počet dodavatelů)	neuveďeno
Vyráběné značky	Meatfly

Společnost Meatfly se na českém trhu objevila v roce 1995. Z velké části vyrábí snowboardové oblečení, dále pak zimní i letní streetwear oblečení. Mezi její produkty patří i další vybavení na snowboard jako jsou přilby a chrániče.

### Transparentnost

Společnost nevyplnila zasláný dotazník. Na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz) jsou dostupné účetní uzávěrky. V ohledech jako je např. obrat či zisk je společnost transparentní. Společnost nezveřejňuje zprávu o společenské odpovědnosti firmy ani výroční zprávu. Ohledně svého dodavatelského řetězce a země výroby je společnost netransparentní.

### Etický kodex

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem nebo jinými nástroji, které by upravovaly pracovní podmínky ve výrobě.

### Implementace etického kodexu

Ohledně společenské odpovědnosti není firma transparentní. Nejsou známa existující opatření pro implementaci společenské odpovědnosti firmy nebo etického kodexu. Nejsou známé informace o provádění auditů pracovních podmínek v místě výroby.

### Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

### Shrnutí

Společnost MX – Board, s. r. o. nevyplnila dotazník organizace NaZemi ani neposkytla žádné jiné informace. Veškeré údaje v tomto profilu pocházejí z veřejně dostupných zdrojů. Společnost není transparentní ohledně svého dodavatelského řetězce a země výroby a spotřebitelé se nemohou dozvědět, jestli se firma pracovními podmínkami ve svém dodavatelském řetězci zabývá.

# DOS production, spol. s. r. o.

Sídlo (město)	Brno
Počet zaměstnanců	neuveďeno
Počet prodejních míst	neuveďeno
Majitel společnosti	Petr Odehnal, Martin Koch
Ředitel společnosti	Petr Odehnal, Martin Koch
Obrat společnosti	neuveďeno (32 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveďeno (54 tis. Kč)
Země výroby (počet dodavatelů)	ČR, Asie (Čína)
Vyráběné značky	Nugget

Společnost vznikla v roce 1998. Vyrábí především letní oblečení na skateboarding a street style, dále pak oblečení na snowboard a doplňky. Je sponzorem mnoha mladých jezdců na snowboardu, skateboardu a biku.

## Transparentnost

Společnost nevyplnila dotazník, svou neúčast na průzkumu se pokusila vysvětlit prostřednictvím emailu. Na serveru [www.justice.cz](http://www.justice.cz) je dostupná účetní závěrka za rok 2010. Není známo, že by společnost vydávala výroční zprávy. Společnost se snaží být transparentní v mnoha ohledech, např. pokud jde o obrat a zisk.

Není známo, že by vydávala zprávu o společenské odpovědnosti firmy. V dodavatelském řetězci a zemích výroby není zcela transparentní.

## Etický kodex

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem nebo jinými nástroji, které by upravovaly pracovní podmínky výroby.

## Implementace etického kodexu

Ohledně společenské odpovědnosti není firma transparentní. Nejsou známa existující opatření pro implementaci společenské odpovědnosti firmy nebo etického kodexu. Nejsou známy informace o provádění auditů pracovních podmínek v místě výroby.

## Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

## Shrnutí

Společnost nevyplnila dotazník organizace NaZemi argumentujíc především svým slabým postavením proti velkému dodavateli. Předložený profil tedy čerpá pouze z veřejně dostupných zdrojů.

DOS production, spol. s. r. o. vyrábí v České republice pouze malou část objemu produkce. Jedná se hlavně o prototypy oblečení, které zde navrhuje, vyrábí a také rovnou testuje. Velkoobjemová výroba pak probíhá v Asii (Číně) tedy v zemích, jež jsou známé špatnými pracovními podmínkami v oděvním průmyslu. Není známo, že by společnost podmínky ve výrobě nějakým způsobem monitorovala. Majitel uvádí, že továrny navštěvuje, nicméně není známo, jestli a jak s dodavateli komunikuje ohledně pracovních podmínek.



## Rock Empire, s. r. o.

Sídlo (město)	Benešov nad Ploučnicí
Počet zaměstnanců	neuveďeno (46)
Počet prodejních míst	neuveďeno
Majitel společnosti	Jindřich Hudeček, Jindřich Švihnos
Ředitel společnosti	Jiří Chaloupka
Obrat společnosti	neuveďeno (22 mil. Kč)
Zisk společnosti	neuveďeno (770 tis. Kč)
Země výroby (počet dodavatelů)	neuveďeno
Vyráběné značky	Rock Empire, Lock It

Společnost vznikala od roku 1990 z podnětu nadšených sportovců. Značku Rock Empire vyráběla firma Hudy Production a roku 2008 vznikla samostatná společnost Rock Empire, s. r. o. Vyrábí především vybavení pro horolezce (úvazy, karabiny, jisticí systémy, boty), dále pak stany, spacáky. Sponzoruje české reprezentanty v horolezectví a také různé sportovní aktivity jako závody v běhu na lyžích nebo například polární expedici.

### Transparentnost

Společnost nevyplnila dotazník. Na [www.justice.cz](http://www.justice.cz) je k dispozici účetní uzávěrka. Společnost se snaží být transparentní v ohledech jako je obrat, zisk. Dále není problém dohledat informace o firemní struktuře a propojení s jinými společnostmi. Spotřebitel nemá možnost získat zprávu o společenské odpovědnosti firmy nebo výroční zprávu. Společnost není dostatečně transparentní v dodavatelském řetězci a zemích výroby.

### Etický kodex

Není známo, že by společnost disponovala etickým kodexem nebo jinými nástroji, které by upravovaly pracovní podmínky ve výrobě.

### Implementace etického kodexu

Ohledně společenské odpovědnosti není firma transparentní. Nejsou známa existující opatření pro implementaci společenské odpovědnosti firmy nebo etického kodexu. Nejsou známy informace o provádění auditů pracovních podmínek v místě výroby.

### Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

### Shrnutí

Výroba textilu není hlavní činností společnosti Rock Empire, s. r. o. Firma vyrábí především vybavení pro horolezce. Přesto jsme ji do našeho průzkumu zařadili, jelikož nás v oblasti outdooru zajímají i pracovní podmínky při výrobě spacáků a stanů. Třebaže společnosti Rock Empire, s. r. o. a Direct Alpine, s. r. o. spoluvlastní stejná osoba, je patrná rozdílnost ve vedení obou firem. Zatímco Direct Alpine, s. r. o. se společenskou odpovědností firmy do určité míry zabývá, společnost Rock Empire, s. r. o. s námi na toto téma ani nezahájila diskuzi. Přestože se nám nepodařilo zjistit, v jakých zemích probíhá produkce, považujeme přijetí etického kodexu za důležitý krok pro zajištění důstojných pracovních podmínek zaměstnanců, ať už pracují v České republice nebo jakékoliv jiné zemi. Etický kodex by měl být dostupný nejen pro všechny zaměstnance, ale i zákazníky. Dalším krokem je jeho implementace a nezávislá kontrola dodržování kodexu. V oblasti společenské odpovědnosti není rozhodující ani velikost firmy, ani předmět její výroby. Důležitý je její otevřený postoj.

## Warmpeace, s. r. o.

Sídlo (město)	Choceň
Počet zaměstnanců	20
Počet prodejních míst	ČR 150, mimo ČR 500
Majitel společnosti	Pavel a Alice Habětínovi
Ředitel společnosti	Pavel a Alice Habětínovi
Obrat společnosti	cca 50 mil. Kč
Zisk společnosti	cca 3 mil. Kč
Země výroby (počet dodavatelů)	Česká republika, Čína, Polsko
Vyráběné značky	Warmpeace

Společnost Warmpeace, s. r. o. vznikla roku 1986 a v současnosti svou výrobu zaměřuje z 60 % na oděvy, z 30 % na spacáky a dále na jiné doplňky. Od roku 2001 firma přesunula část výroby na subdodavatele v Evropě a Asii.

### Transparentnost

Společnost vyplnila náš dotazník a poskytla nám seznam svých dodavatelů. Je transparentní v mnoha ohledech, např. pokud jde o obrat, zisk, firemní strukturu, rozmístění výroby a strukturu dodavatelského řetězce. Společnost nezveřejňuje zprávy o svých obchodních aktivitách ani o společenské odpovědnosti firmy.

### Etický kodex

Společnost nemá etický kodex a není známo, že by přijala jiná opatření, která by nad rámec legislativy státu upravovala pracovní podmínky.

### Implementace etického kodexu

Společnost nemá etický kodex a nedisponuje ani jinými principy, které by upravovaly společenskou odpovědnost firmy.

### Monitorování a ověřování

Společnost není členem nezávislé vícestranné iniciativy ani není zapojena do monitorujícího mechanismu.

### Shrnutí

Společnost vyplnila náš dotazník a přiložila i vyjádření majitele, což vnímáme jako pozitivní předpoklad pro otevřenou diskusi. Zároveň oceňujeme transparentnost Warmpeace, s. r. o. – v kontextu předloženého průzkumu je tato firma jednou z nejtransparentnějších ohledně svého dodavatelského řetězce.

Warmpeace, s. r. o. nevnímá oblast pracovních podmínek problematicky, protože podle svých slov nemá v tomto ohledu žádnou špatnou zkušenost. Zároveň má však společnost poměrně dobrý výchozí předpoklad pro přijetí určitých etických standardů, jelikož uvádí, že s více než 70 % svých dodavatelů spolupracuje déle než pět let.

## Kontaktní údaje

1.1. Název společnosti

1.2. Adresa v ČR

1.3. Kontaktní osoba

1.4. E-mail kontaktní osoby

## Obecné údaje

2.1. Sídlo (město)

2.2. Počet zaměstnanců

ČR:

v jiných zemích:

2.3. Počet prodejních míst

ČR:

v jiných zemích:

2.4. Majitel společnosti

2.5. Jméno ředitele společnosti

2.6. Obrat společnosti (mil. Kč)

2.7. Zisk společnosti (mil. Kč.)

2.8. Jaké produkty vaše společnost vyrábí? (prosím uveďte přibližné % obratu)

Oděvy:

%

Spacáky

%

Boty:

%

Jiné

%

Tašky, batohy:

%

2.9. Které značky vaše firma vyrábí

## Zveřejňování informací

3.1. Jak vaše společnost veřejně informuje o svých obchodních aktivitách?

Výroční zpráva (*Prosím o příložení*)

Zpráva o korporátní odpovědnosti firmy nebo o udržitelnosti (Corporate sustainability) (*Prosím o příložení*)

Nezveřejňujeme žádné zprávy

## Nákupní struktura

4.1. S kolika dodavateli jste měli uzavřené smlouvy k 1. 1. 2011?

(počet dodavatelů)

(počet) z nich jsou certifikováni SA8000

4.2. Struktura dodavatelského řetězce  
Kolik dodavatelů je:

(počet\*) továren vlastněných přímo společností

(počet \*) společných podniků s vaší účastí

(počet \*) přímých dodavatelů (vyrábějících ve svých vlastních továrnách, bez zprostředkovatele)

(počet\*) zprostředkovatelů (dovozce, vývozce)

\* počítejte každého dodavatele pouze jednou

nevedeme záznamy celkové struktury dodavatelského řetězce

4.3. V jakých zemích jsou vaše produkty vyráběné?

*Prosím uveďte seznam všech zemí včetně množství výrobců v závorce*

4.4. Musejí vaši dodavatelé ze smlouvy uvádět výrobce, když outsourcují výrobu?

ano, ale pouze fakt, že outsourcují

ano, musejí uvést všechny výrobce

ne

4.5. Mohli byste poskytnout seznam dodavatelů včetně všech outsourcovaných výrobců?

ano (*prosím přiložte*)

žádám o utajení seznamu

ne – proč ne?

## Nákupní praktiky

5.1. Provádíte analýzu rizik spojených s etickými otázkami v dodavatelském řetězci pro každý produkt?

ano, následovně:

ne

5.2. Které producentské země považujete za riskantní z hlediska dodržování sociálních pracovních standardů/ mezinárodního pracovního práva (podle Mezinárodní organizace práce)? Proč?

Země: (*prosím uveďte v závorce i důvod*)

5.3. Má vaše společnost speciální zásady při nákupu zboží ze zemí, kde jsou práva na kolektivní vyjednávání a svobodu sdružování omezena?

ano (*prosím přiložte kopii*)

ne

5.4. Jak dlouho spolupracujete s vašimi současnými dodavateli?	Více než 5 let:	% dodavatelů
	Méně než 5 let:	% dodavatelů
	Méně než 2 roky:	% dodavatelů

### Sociální standardy – etický kodex

6.1. Kolik pracovních pozic je ve vaší společnosti vyhrazeno otázkám spojeným s korporátní odpovědností (CSR)? osob

6.2. Kde ve vaší struktuře/hierarchii se tyto pozice nacházejí? *(prosím přiložte organizační schéma)*

6.3. Má vaše společnost etický kodex?

ano *(prosím přiložte kopii)*  
 ne

6.4. Je váš etický kodex veřejně přístupný?

ano – prosím uveďte kde (webová adresa/tištěná verze):  
 ne – proč ne?

6.5. Je ve vašem etickém kodexu požadavek na vyplácení minimální mzdy pracovníkům?

ano *(prosím přiložte model, jak počítáte minimální mzdu)*  
 ne

6.6. Existují jiné principy, které upravují korporátní odpovědnost (CSR) vaší společnosti?

ano *(prosím přiložte kopii)*  
 ne

6.7. Pro které dodavatele je váš etický kodex závazný?

výrobní společnosti, které vlastníme, resp. společně podniky  
 přímí dodavatelé  
 zprostředkovatelé (dovozci, vývozci)  
 pro všechna místa výroby, kde je naše zboží vyráběno (včetně všech subdodavatelů)  
*Prosím doložte modelovou smlouvou*  
 etický kodex je nezávazný  
 nemáme etický kodex

### Implementace etického kodexu – školení a převod standardů na dodavatele

7.1. Jaké kroky jste podnikli pro implementaci politiky společenské odpovědnosti firmy (CSR)/etického kodexu v ČR?

školení o CSR pro pracovníky na těchto pozicích ve společnosti:  
Počet školení v roce 2009:  
 kritéria CSR jsou brána v potaz v obchodním / nákupním oddělení. Prosím popište jak: *(prosím přiložte relevantní dokumenty)*  
 Přijímáme jiná opatření:  
 Nemáme etický kodex

7.2. Jaké kroky jste podnikli k podpoře implementace etického kodexu mezi dodavateli?

Překládáme etický kodex do všech jazyků našich zemí výroby *(prosím přiložte kopii každého)*  
 Po každém auditu je připraven plán „náprav“  
Plánování kapacit: Pro plánování výroby s našimi dodavateli a k prevenci přesčasů podnikáme tyto kroky:  
Podporujeme školení pro pracovníky v továrnách  
Školení byli poskytnuté pracovníkům: *(prosím v závorce uveďte počet školení):*  
lokálního managementu ( supervizorům / managerům výrobních jednotek ( pracovníkům továren ( další:  
 Další kroky:  
 Etický kodex se nevztahuje na naše dodavatele  
 Nemáme etický kodex

7.3. Kdo hradí tyto kroky?

naše společnost naši dodavatelé  
 oba, rozděleno do následujících procent: %/ %  
 externí dárci: (kdo)

## Monitoring a ověřování

8.1. Jak monitorujete, zda dodavatelé dodržují etický kodex?

- každý dodavatel podléhá auditu
- sociální audity jsou prováděny na vzorku %  
dodavatelů
- Prosím přiložte auditovou zprávu (budeme utajovat)*
- neprovádíme audity
- jiné kroky:

8.2. Provádíte-li audit, kdo mu podléhá?

- naše pobočky naši zprostředkovatelé naši přímí dodavatelé
- všechny společnosti, kam je výroba outsourcována
- pracovníci z domova, kterým je výroba outsourcována

8.3. Kdo provádí audity?

- naše společnost
- externí společnost/organizace:
- multi-stakeholderová iniciativa, které jsme členy
- audity v dodavatelských společnostech prováděny nejsou

8.4. Kdo hradí audity?

- naše společnost  naši dodavatelé
- externí dárci:
- audity nejsou prováděny

8.5. Jak kontrolujete, jestli dodavatel podniká kroky k implementaci etického kodexu?

- provádíme druhý audit \_\_\_\_\_ měsíců po prvním. kontrolujeme tak, jestli je implementován nápravný plán
- multi-stakeholderová iniciativa, které jsme členy, provádí kontroly
- jiné kroky, jmenovitě:

8.6. Oznamujete audity továren předem?

- ano, vždy
- ne, nikdy
- někdy ano, někdy ne

8.7. Je vaše společnost členem některé z uvedených vícestranných iniciativ?

- ano, následující: FWF FLA ETI WRC
- ano, následující:
- ne
- v roce 2010 se plánujeme stát členy:

8.8. Je vaše společnost členem některé monitorující iniciativy?

- ano, BSCI
- ano, jmenovitě:
- ne
- v roce 2010 se plánujeme stát členem:

## Doplňující otázky

9. Jak důležité jsou podle vašeho mínění tato témata pro vaše zákazníky?

- 1= nedůležité 6= velmi důležité
- |                               |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Cena                          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Kvalita                       | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Environmentální otázky        | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Pracovní podmínky v továrnách | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Další komentáře (prosím uveďte číslo otázky, ke které se komentář vztahuje):

Děkujeme za vaši spolupráci!

Tato publikace byla vytvořena s finanční podporou Evropské unie. Obsah dokumentu je zcela na odpovědnosti organizace NaZemi, a jako takový nemůže být považován za stanovisko Evropské unie. Projekt byl podpořen z prostředků Ministerstva zahraničních věcí ČR v rámci Programu zahraniční rozvojové spolupráce ČR.

Vydalo NaZemi

