



**bamboolik**

# **CSR strategie**

Platná od 1. 7. 2020



## Vize Bamboolik:

### Pro vaše dítě. Pro vás. Pro planetu.



Jsme vzorem udržitelného rozvoje a odpovědného podnikání.



Naše planeta není na jedno použití, proto je pro nás důležité být ohleduplní v každém kroku.



Šíříme osvětu v oblasti zdravého přebalování, ekologické domácnosti a minimalizace odpadu. Ukazujeme lidem, že věci lze dělat jinak.



Spojujeme moderní svět s tradičním přístupem, věříme ve smysluplný návrat ke kořenům. Představujeme symbol kvality, zdraví a ekologie.



Tyto hodnoty šíříme prostřednictvím našich produktů. Dáváme tím každému příležitost růst společně s námi.

### S respektem k dětem, lidem a přírodě.

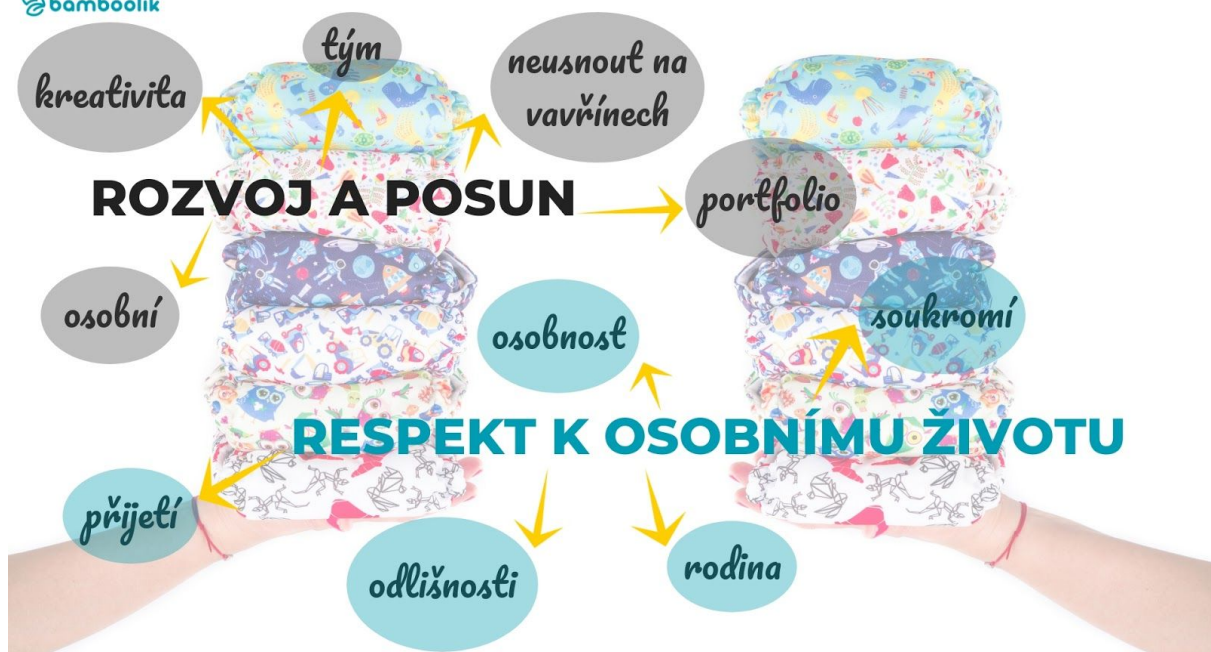


## Hodnoty Bamboolik

bamboolik



bamboolik



Každý krok, který děláme, posuzujeme optikou firemních hodnot.



## Společensky prospěšný cíl, kterým Bamboolik řeší environmentální problém:

### Popis environmentálního problému:

#### Kategorie látkové plenky:

Zhruba 10 % rodičů, kteří aktuálně mají děti v plenkovém věku, zvolí látkové plenky. Tzn. 90 % dětí plenkového věku každodenně spotřebovává jednorázové plenky.

Jedno dítě na jednorázových plenách vyprodukuje za cca 2 roky, kdy plenky nosí, **jednu tunu** těžko rozložitelného odpadu v podobě použitých jednorázových plen. To je půl tuny za jeden rok.

V ČR se ročně narodí zhruba 100 000 dětí. To znamená, že v každém jednom kalendářním roce používá 200 000 dětí plenky. Z toho 180 000 dětí používá plenky jednorázové. **Každý rok vznikne v ČR odpad z jednorázových plen o hmotnosti 90 000 tun.**

Pokud by se vyrovnal poměr uživatelů látkových plen vůči uživatelům jednorázových plen na 50 : 50, vznikal by v ČR roční odpad v podobě použitých jednorázových plen o hmotnosti „pouze“ 50 000 tun. **Produkce těžko rozložitelného odpadu v ČR by se tak snížila o 40 000 tun.**

#### Kategorie dámské menstruační vložky:

Každá menstrující žena vyprodukuje za svůj plodný život cca 150 kg odpadu v podobě použitých jednorázových menstruačních pomůcek. Ženy tvoří cca 50 % populace lidí v produktivním věku.

Snížení odpadu z menstruačních pomůcek může celkově napomoci přechodu na ekologičtější způsob života, je v souladu s trendem Zero Waste životního stylu.

Cílem Bambooliku je nabídnout ženám **opakovaně použitelnou alternativu jednorázových menstruačních pomůcek**, které jsou funkční, moderní a které zásadním způsobem neomezí jejich životní styl. Cílem Bambooliku je také prolomit tabu na téma ženská menstruace, kdy se i některé ženy stále zdráhají o své menstruaci mluvit a považují ji za něco „nechutného“. Chceme ukázat, že menstruace je přirozenou součástí ženského cyklu, je dokladem zdravě fungujícího těla a není třeba se za ni stydět.



## Oddíl II.

### Environmentálně šetrná výroba

Nejen samy produkty Bambooliku, ale také jejich výroba, jsou environmentálně šetrné. V rámci výrobního procesu v Bambooliku dbáme zejména na následující:

- 1) Lokálnost výroby:** Vyrábíme v České republice a chceme zde výrobu udržet, i za cenu vyšších vstupních nákladů ve srovnání s konkurenčními výrobky, které mají svůj původ v Asii. Ekologický produkt, který ke svému konečnému spotřebiteli cestuje přes půl planety, nedává smysl. Naším cílem je dále udržení českého textilního průmyslu a podpora malých šicích dílen.

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Udržení výroby v ČR, rozložení práce mezi dílnami, s důrazem na dílny chráněné. Provoz vlastní šicí dílny, zaměstnávající znevýhodněnou skupinu obyvatel (viz Oddíl III., bod B., odst. 2). Udržitelnost provozu vlastní šicí dílny a její rozšíření až na kapacitu 8 pracovních míst.*

- 2) Lokální dodavatelé:** Pokud je to možné, nakupujeme materiály na naše výrobky v ČR. Pokud to možné není, držíme se v rámci Evropy, prioritou však vždy je, najít české dodavatele.

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Dodavatelé výhradně z ČR či evropských zemí, s převažujícím podílem ryze českých dodavatelů.*

- 3) Šetrná logistika a výrobní proces:** Naší prioritou je vždy využít nakoupený materiál s nejnižší možnou zbytkovostí (plán stříhání materiálu počítá s maximálním možným využitím zbytků látek).

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Efektivní stříhací plán s rozložením stříhání tak, že zbytkový materiál bude činit maximálně 14 %. (Průměrný textilní technologický odpad je 16 - 18 %.)*

- 4) Environmentální aspekty ve všech fázích životního cyklu výrobku a provozu firmy:**



- Doprava hotových výrobků z kooperačních dílen do expedičních prostor firmy (opakovaně používané tašky, krabice)
- Balení produktů pro zákazníky (rozložitelné škrobové pytlíky jako obal vybraných produktů)
- Expedice objednávek - jsou zásadně používány minimálně již jednou použité krabice. Firma je zapojena do projektu Reduca.cz (95% krabic je použito opakovaně)
- Třídění odpadu v kanceláři
- Nakupování ekologické drogerie do kanceláře
- Nekupování vody v plastových lahvích
- Recyklace tonerů do tiskárny
- Tisk marketingových materiálů na recyklovaný papír
- Expedice objednávek na základě elektronických faktur – v plánu na rok 2021 (v současné době jsou z provozních důvodů faktury tisknuty, jakmile bude realizován přechod na čistě elektronickou fakturaci, sníží se tím množství spotřebovaného papíru v kanceláři o 80 %)

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Nákup obalového materiálu pouze v ojedinělých případech (do 1 % z celkového obalového materiálu). Zavedení expedice objednávek na základě elektronických faktur v roce 2021.*

## **Plán na rok 2021: Zavedení biobavlněné řady výrobků**

**Biobavlna s certifikací GOTS.** Etablování řady plenek z tohoto materiálu jako varianty pro náročné a uvědomělé spotřebitele. Zvážení zařazení dalších výrobků z biobavlny do portfolia.

### Odůvodnění:

Při konvenčním pěstování bavlny jsou osivo i samotné rostliny bavlníku ošetřovány fungicidy a pesticidy, které znečišťují nejen půdu, ale i vodu. Bavlna se během pěstování, sklizení, následného zpracovávání na příze a látku, během barvení a během řady dalších úprav, setkává s řadou chemických ošetření. Textilní látka, která je výsledkem tohoto procesu, je chemikáliemi pokryta po celém svém povrchu, řada z nich je navíc zafixována na molekulární úrovni. Neméně důležitý je i sociální dopad konvenčního pěstování bavlny, a to především v podobě nepříznivého pracovního prostředí, které je vysoce toxické pro zaměstnance.



V nabídce látkových plen a produktů pro péči o děti chybí produkty z biobavlny. Proto uvádíme na trh novou řadu biobavlněných produktů, vyrobených z certifikovaných materiálů z ověřených zdrojů.

*Způsob hodnocení dosažení cíle: 8,5 t výrobků z biobavlny, prodaných do konce roku 2021 (počítáno od uvedení výrobků na trh).*



## Oddíl III.

### Práce s komunitou

#### A. Osvětová činnost

Osvětové oblasti:

##### 1) Produktová osvěta:

- a. Látkové pleny – zbavování předsudků vůči produktu, ekologická osvěta, zdravotní hledisko (zdravý vývoj kyčlí, pozitivní vliv na dětskou pokožku)
- b. Látkové menstruační vložky. – ukazujeme, že látkové vložky jsou plnohodnotnou ekologickou alternativou jednorázových menstruačních vložek.

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Fungující a výkonný e-shop, produktové texty se zaměřením na osvětovou stránku. Workshopy na téma látkové pleny a látkové vložky.*

##### 2) Environmentální osvěta:

Osvěta v rámci problematiky konvenčního pěstování bavlny vs biobavlny..

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Aktivní komunikace na webu a sociálních sítích na toto téma.*

##### 3) Odpovědné podnikání může být udržitelné:

- a. Aktivní působení v oblasti šíření podnikatelského know-how
- b. PR firmy, podílející se na šíření povědomí o významu odpovědného podnikání

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Aktivní PR, zapojení se do komunity v rámci JIC a JIC+, případně obdobných projektech.*





## B. Podpora osob znevýhodněných na trhu práce

- 1) Podpora osob s handicapem:** Dlouhodobá spolupráce s chráněnými dílnami. V roce 2019 spolupracuje Bamboolik se třemi chráněnými dílnami a cílem je tuto spolupráci i nadále udržet, eventuálně navýšit objem práce zadávaný těmto dílnám.

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Fungující spolupráce se stávajícími dílnami, udržení či navýšení objemu produkce z chráněných dílen. Objem výrobků, které se budou i nadále šít v chráněných dílnách, bude činit alespoň 40 % z celkového počtu výrobků, zadávaných k šití kooperativním dílnám.*

- 2) Podpora matek malých dětí** (vracejících se do práce po rodičovské dovolené): Bamboolik se dlouhodobě profiluje jako otevřená firma, dávající prostor matkám malých dětí k profesnímu uplatnění. V této oblasti máme dlouholeté a praxí prověřené zkušenosti v oblasti nastavování vnitrofiremních procesů, komunikačních kanálů, systému řízení a kontroly.

*Způsob hodnocení dosažení cíle: Nízká zaměstnanecká fluktuace, stabilní zaměstnanecký tým, složený z velké části z matek malých dětí.*

### Odůvodnění:

Situaci matek malých dětí vnímáme jako celospolečenský problém. Ženy jsou často v situaci, kdy potřebují skloubit péči o malé děti s prací. V rámci výzkumu organizace Byznys pro společnost, týkajícím se návratu žen do práce, se téměř 80 % dotazovaných žen shodlo, že hlavním faktorem, který usnadňuje hladký návrat do zaměstnání po mateřské a rodičovské dovolené, je flexibilní pracovní doba. Za druhý nejdůležitější faktor (78 %) je považována možnost pracovat plně či částečně z domova. Na třetím místě (73 %) je to zkrácená pracovní doba. Hladký návrat rodičů do práce dále usnadňuje možnost umístění dětí do firemních jeslí, školek nebo klubů (podle 61 % žen), (zdroj: Konference Charta Diverzity). Částečné úvazky pro matky malých dětí tvoří v ČR jen 9%, ve srovnání s 32% průměrem EU. Tento problém má vážné důsledky v rámci ČR.

V okrese Brno-střed je potom situace 8. nejhorší ze všech 60 porovnávaných okresů v rámci ČR, kdy matky po MD/RD tvoří více než 7 % všech uchazečů o zaměstnání registrovaných na úřadu práce. (zdroj: Struktura uchazečů o zaměstnání v regionech - MPSV).



## C. Práce s komunitou látkových poradkyň

### Látkové poradkyně Bamboolik

- a. Pravidelná produktová školení
- b. Pravidelná školení prodejních dovedností
- c. Školení osobního rozvoje, pravidelné updaty s odpovědnou osobou
- d. Pravidelná setkání s celým týmem látkových poradkyň
- e. Podpora vlastního podnikání (pro zájemce)

*Způsob hodnocení dosažení cíle: V každém kraji ČR existují alespoň dvě aktivní látkové poradkyně, které jsou schopny věnovat se zákazníkovi. V Praze a větších krajích (nad 1 mil. obyvatel) je ideálem mít aktivní poradkyně alespoň tři.*



## Oddíl IV.

### Odpovědný přístup k zaměstnancům

Základní principy uplatňované v přístupu k zaměstnancům vycházejí z firemních hodnot. Klíčová je především **otevřená a férová komunikace a respekt k osobnímu životu**. Vedení společnosti stejně jako vedoucí jednotlivých týmů jsou vždy otevření diskusi. Zaměstnanci se mohou vyjadřovat k zásadním rozhodnutím v otázce směřování firmy, jsou přizváni k tvorbě strategických dokumentů a jejich názor je brán v potaz.

Je nastaven **nedirektivní systém řízení**, v němž má každý zaměstnanec přidělenou oblast svěřených kompetencí. Podporujeme samostatnost každého člena týmu a jeho vlastní, jemu vyhovující rozložení či tempo práce. Je nastaven systém pravidelných (týdenních) updatů s vedoucím týmu (pro management společnosti jsou nastaveny pravidelné týdenní updaty s CEO firmy). Stejně tak je nastaven systém pravidelných půlročních osobních pohovorů (na téma další pracovní směřování, ambice, posun apod.).

Celý tým se dvakrát ročně účastní **celofiremních školení / teambuildingů** na aktuální témata.

Pokud je to možné, **pracovní doba je vždy flexibilní**, stejně tak má většina zaměstnanců **možnost pracovat na dálku / z domova** (tato možnost není dána jedině, pokud to není fyzicky možné - např. expedice zásilek).

#### **Nástroje pro realizaci odpovědného přístupu k zaměstnancům:**

- *Pracovní pohovor na nové pracovní místo:* Kromě hard skills se zaměřujeme na osobnostní charakteristiku uchazeče, používáme Belbinův test. Dotazujeme se uchazeče na jeho ambice a plány do budoucna, zvažujeme jeho fungování v rámci užšího týmu. Důležitá je pro nás hodnotová shoda.
- *Očekávací dopis:* Po nástupu na pracovní místo obdrží uchazeč tzv. očekávací dopis, ve kterém je mu nastíněna jeho náplň práce, způsob vedení, pravidla komunikace v rámci firmy. Očekávací dopis předkládá novému zaměstnanci vedoucí příslušného týmu.
- *Představení firmy, vize, hodnot:* Bezprostředně po nástupu na pracovní místo absolvuje zaměstnanec briefing, zaměřený na tato témata, jejich pochopení a vysvětlení.



- *Školení BOZP a požární bezpečnosti:* Bezprostředně po nástupu do zaměstnání absolvuje zaměstnanec potřebná školení BOZP a požární bezpečnosti. Tato školení jsou pravidelně jednou ročně opakována.
- *Úvodní kolečko:* Během zkušební doby absolvuje zaměstnanec úvodní kolečko s každým týmovým vedoucím. Je to podstatné pro pochopení funkce týmů v rámci firmy, pro pochopení vnitřofiremních procesů a komunikačních kanálů.
- *Zaučovací plán:* Pro každého nového zaměstnance je vypracován zaučovací plán, v němž jsou postupně naplánovány fáze zaučování a následného přebírání kompetencí. Zaučovací plán sestavuje vedoucí příslušného týmu.
- *Pravidelné týdenní updaty s vedoucím týmu:* V pravidelných časech se opakující schůzky s vedoucím týmu. Účelem těchto schůzek je nejen revize práce a úkolů a zadání nových úkolů, ale také tok informací z porad managementu firmy a vyslechnutí podnětů, připomínek a návrhů ze strany zaměstnance.
- *Pravidelné půlroční hodnocení zaměstnance,* včetně diskuse o jeho dalším směřování ve firmě, diskuse nad osobním rozvojem, návrhy školení či koučinků, která by zaměstnanec mohl/měl/chce absolvovat.
- *Pravidelné půlroční celofiremní školení / teambuildingy.*



## Závěr

Tato strategie je platná **od 1. července 2020 do 31. prosince 2021**. Na konci roku 2021 bude tato strategie revidována, bude provedeno zhodnocení dosavadních dosažených cílů a bude stanovena strategie pro následující období.

### **Vedení Bambooliku se zavazuje:**

- seznámit s touto strategií všechny své zaměstnance (kteří se na jejím vzniku podíleli, nicméně výsledná písemná podoba byla vytvořena managementem společnosti);
- seznámit s touto strategií každého nového zaměstnance;
- mít na tuto strategii vždy na zřeteli při přijímání důležitých rozhodnutí, která mají potenciál ovlivnit další směřování firmy;
- v případě zásadních změn této strategie prodiskutovat potřebné změny se zaměstnanci firmy a dát jim možnost se k navrhovaným změnám vyjádřit;
- pravidelně jednou za 12-18 měsíců revidovat tuto strategii, resp. vyvolat diskusi nad touto strategií.