VÝZVA PODPORA SOCIÁLNÍHO PODNIKÁNÍ (1) Č. 03_22_024

Odd. projektů sociálního začleňování II

17. ledna 2024

SOCIÁLNÍ PODNIKÁNÍ

Podnikatelské aktivity prospívající společnosti a životnímu prostředí. Hraje důležitou roli v místním rozvoji a často vytváří pracovní příležitosti pro osoby se zdravotním, sociálním nebo kulturním znevýhodněním. Zisk je z větší části použit pro další rozvoj sociálního podniku.

Pro sociální podnik je stejně důležité dosahování zisku i zvýšení veřejného prospěchu.

VÝZVA „PODPORA SOCIÁLNÍHO PODNIKÁNÍ“, Č. 03_22_024

vyhlášení výzvy: 20. 9. 2022

ukončení výzvy: 3. 4. 2024 12:00 (průběžná)

alokace: 350 mil. Kč

místo realizace: celá ČR

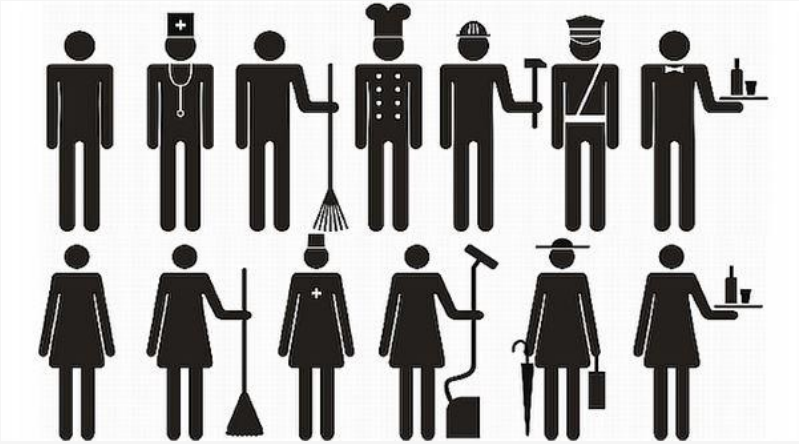
max. výše celkových způsobilých výdajů projektu: 4,5 mil. Kč

max. délka projektu: 24 měsíců (nejpozději do 30. 6. 2026)

míra spolufinancování: 23,265 % hradí příjemce

CÍL VÝZVY

Podpora vzniku nových a rozvoj stávajících sociálních podniků za předpokladu vytvoření nových pracovních míst pro znevýhodněné skupiny osob se ztíženým přístupem na trh práce.



OPRÁVNĚNÍ ŽADATELÉ

- **OSVČ**
- **obchodní korporace:** s.r.o., družstvo, veřejná obchodní společnost...
- **nestátní neziskové organizace**: o.p.s., ústavy, církevní právnické osoby, spolky

NNO je k datu podání žádosti min. po dobu 12 měsíců **evidována** v příslušném rejstříku podle právní formy organizace a podniká výhradně v rámci vedlejší činnosti. V rámci své hlavní činnosti naplňuje veřejně prospěšný cíl

- **sociální podniky**

Žadatel se musí veřejně hlásit k principům sociálního podnikání:
v ZL (zveřejněné v příslušném rejstříku, OSVČ na webových stránkách) ke dni podání žádosti o podporu. V případě žadatele „sociální podnik“ rovněž na internetových stránkách, a to v rozsahu dle výzvy.

VZNIK NOVÉHO SOCIÁLNÍHO PODNIKU

- podnikatelská aktivita nově vzniklého subjektu – nerelevantní pro NNO
- nově zřízená živnost již existujícího subjektu
- nový obor činnosti v rámci stávajícího oprávnění k podnikání
- nový produkt/služba v rámci stávajícího oboru činnosti
- zřízení nové provozovny již existujícího subjektu poskytující stávající službu

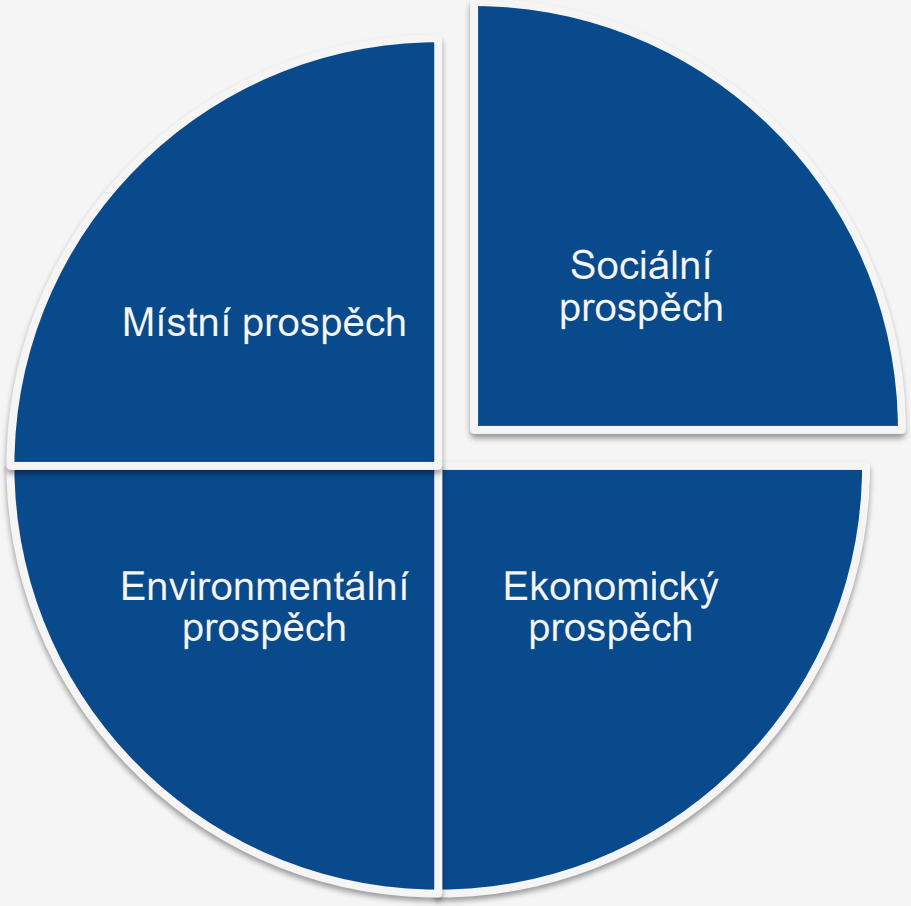
ROZVOJ PODNIKATELSKÝCH AKTIVIT JIŽ EXISTUJÍCÍHO SOCIÁLNÍHO PODNIKU

- relevantní pouze pro žadatele; sociální podnik
- nově zřízená živnost subjektu již existujícího
- nový obor činnosti v rámci stávajícího oprávnění k podnikání
- nový produkt/služba v rámci stávajícího živnostenského oprávnění
- zřízení nové provozovny
- rozšíření prostorové kapacity podniku
- zavádění nových technologií výroby

PRINCIPY SOCIÁLNÍHO PODNIKU

Společensky prospěšný cíl: formulován společensky prospěšný cíl spočívající v zaměstnávání a sociálním začleňování osob znevýhodněných na trhu práce

PRINCIPY SOCIÁLNÍHO PODNIKU
SPOLEČENSKY PROSPĚŠNÝ CÍL



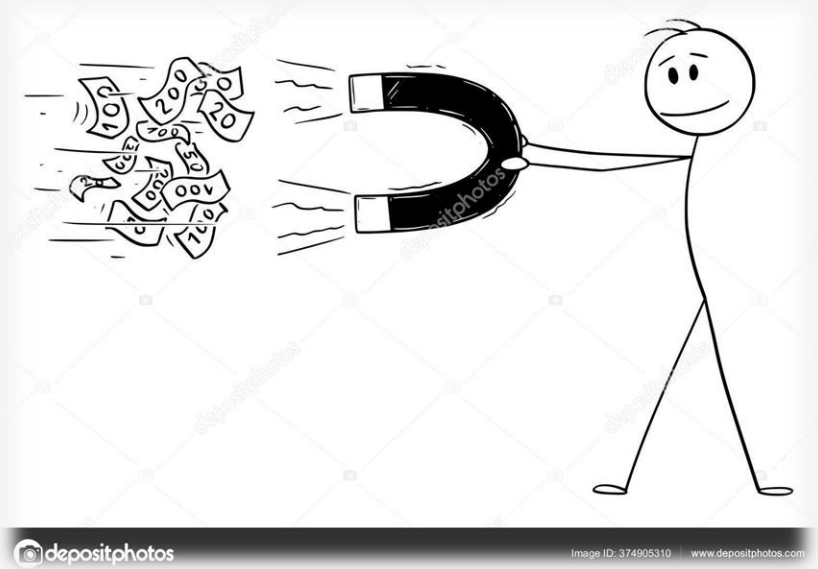
SOCIÁLNÍ PRINCIP

podíl osob ze znevýhodněných skupin tvoří více než 30% zaměstnanců

podnik poskytuje integrační podporu znevýhodněným zaměstnancům (používá personální a integrační nástroje podporující rozvoj a integraci zaměstnanců z cílových skupin)

zaměstnanci jsou pravidelně informováni o chodu podniku a jsou zapojeni do rozhodování o směrování podniku

EKONOMICKÝ PRINCIP



min. 51% případného zisku je reinvestováno do rozvoje sociálního podniku a/nebo naplňování deklarovaných společensky prospěšných cílů

manažerské řízení je nezávislé na externím zřizovateli či vlastníkovi (nezávislost na veřejné správě)

tržby z prodeje výrobků a služeb tvoří na celkových výnosech alespoň 30 % (dotace z projektu je do výnosů zahrnuta ve věcné a časové souvislosti)

MÍSTNÍ PRINCIP

- přednostní uspokojování potřeb místní komunity a místní poptávky
- přednostní využívání místních zdrojů – zaměstnává místní obyvatele a nakupuje od místních dodavatelů
- spolupráce sociálního podniku s místními aktéry

ENVIRONMENTÁLNÍ PRINCIP

zohledňování environmentálních aspektů výroby i spotřeby

sociální podnik má formulované zásady environmentálně šetrného podnikání a provozu podnikatelské činnosti a naplňuje je v praxi

např. hospodárné využívání materiálů a eliminace vzniku odpadů, využívání energeticky úsporných spotřebičů, používání ekologických obalů, ekologicky šetrných prostředků, apod.

POVINNÉ KLÍČOVÉ AKTIVITY

vytvoření nových pracovních míst pro znevýhodněné osoby

- jedná se o nově vzniklé místo, které je bezodkladně obsazeno (do 3 měsíců)
- minimální úvazek je 0,4
- uzavřena PS nebo DPČ
- osobám je poskytována integrační podpora

provoz sociálního podniku

- provoz aktivity zahájen bezodkladně (do 3 měsíců)
- naplňování principů SP dle přílohy č. 2 výzvy č. 024

DOPLŇKOVÉ KLÍČOVÉ AKTIVITY

vzdělávání v oblasti měkkých dovedností a odborné vzdělávání

- jak pro znevýhodněné osoby, pro posílení jejich profesního a osobního rozvoje
- tak pro ostatní zaměstnance (případně management) pracující se znevýhodněnými osobami s cílem posílit kompetence pro práci s osobami z CS

Vazba na PP a specifické potřeby osob z CS.

marketing sociálního podniku

a případně další KA.

MARKETING SOCIÁLNÍHO PODNIKU

MARKETINGOVÝ PLÁN

- Vypracován na začátku projektu (max. do 3 měsíců od zahájení realizace)
- Stanovuje se min. na celou dobu realizace projektu
- Vyhodnocuje se průběžně, min. s každou monitorovací zprávou, aby bylo možné výdaje na marketing uznat jako způsobilé
- Je konkrétní, obecné texty nebudou akceptovány
- Odbornost pracovníka/relevantní firma

Všichni zaměstnanci realizačního týmu financovaní z projektu musí mít kvalifikaci potřebnou pro výkon dané pozice (vyučení v oboru, SŠ, VŠ v oboru nebo osvědčení o profesní kvalifikaci podle zákona č. 179/2006 Sb., o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání) nebo praxi odpovídající zvolené cílové skupině zaměstnanců a podnikatelskému záměru.

MARKETINGOVÝ PLÁN – OBSAH

- **Definice značky** – shrnutí aktuální vize a mise – konkrétní, jasné představy o budoucím stavu firmy; vize - čeho by firma chtěla dosáhnout; mise (poslání) - důvod existence podniku

- **Definice produktu/služby** – vše, co lze produktem/službou trhu nabídnout k upoutání pozornosti, k získání, k užívání nebo ke spotřebě – vše co vede k uspokojování přání nebo potřeb zákazníků, včetně uvažování o produktu/službě v kontextu hledání nových trhů/distribučních kanálů

- **Konkurence a positioning**

Konkurence – je popisem silných a slabých stránek konkurentů v oblasti nabídky a propagace

Positioning - kdo jste a co jste, čím se lišíte od konkurence, srovnání vlastní pozice s očekáváním spotřebitelů a následně své místo definujete v jejich mysli. Např. vždy jste věděli, že chcete mít „něco jako rodinnou firmu“, uspokojovat svými produkty/službami blízké okolí, mít produkt s příběhem než bořit prodejní rekordy… nebo naopak?

MARKETINGOVÝ PLÁN – OBSAH

- **Milníky/cíle/harmonogram -** krátkodobé až dlouhodobé – kam a kdy chce firma posunout své služby, produkty, pozici na trhu, obchodní výsledky, jak a kdy to konkrétně udělá (např. do konce března 2024 obeslat xy potencionálních zákazníků/ zvýšit návštěvnost webových stránek, FB, Instagramu o ...)

- **Rozpočet** – plán na min. dobu realizace projektu

- **Marketingové nástroje** – šíření informací o produktu/službě /firmě/značce s cílem uvedení v obecnou známost, stanovit si hlavní témata, která chci komunikovat – např. nový výrobek, novou službu, že jsem na trhu….

  Patří sem - PR, leták, inzerát, plakát, prospekt, brožury, katalogy, přímý prodej, osobní prodej, … důležité myslet na to, „že vše prodává“, předmět podnikání a volba nástroje musí být v souladu

MARKETINGOVÝ PLÁN – OBSAH

- **Měření, hodnocení a vyhodnocení** – kromě měření stanovuje také **kdy, jak a kdo** se bude hodnocení věnovat

Např. online reklama - návštěvnost www stránek a fb, sledovat počty uživatelů, počty měsíčních příspěvků, jejich dosah/reach, zapojení uživatelů/engagement rate, prokliky, konverse (směrem k e-shopu, pořádané prodejní akci/trhu), „online reklama“ – nutno konkretizovat: webové stránky, sociální sítě – facebook, Instagram, X…

Např. – zjišťování efektivnosti roznášených letáků – zda mělo vliv na prodej/poptávku po službě nebo akce nebyla úspěšná, prodej/poptávka se nezvýšila – hledáme jiné cesty….

INDIKÁTORY - ZÁVAZKOVÉ

- 600 000 Celkový počet účastníků
- 102 132 Počet sociálních podniků vzniklých díky podpoře
- 102 122 Počet podpořených již existujících sociálních podniků
- 672 001 Počet znevýhodněných osob umístěných na pracovních místech

INDIKÁTORY

- 626 000 Účastníci, kteří získali kvalifikaci po ukončení své účasti
- 679 001 Počet podpořených Romů

DE MINIMIS

- v této výzvě je umožněna pouze podpora de minimis
- pro podporu de minimis je limitem objem podpory pro jeden podnik a vymezené období:

Celková výše podpory de minimis poskytnuté jednomu podniku nesmí za **libovolná tři po sobě jdoucí jednoletá účetní období** překročit částku 200 000 EUR, pro prvovýrobu 20 000 EUR.

Nově (aktuálně od 1.7.2024, možné další úpravy)

- navýšení limitu obecné de minimis

na 300 000 EUR za 3 roky

předcházejícími dni poskytnutí podpory

PŘÍLOHY ŽÁDOSTI O PODPORU

Podnikatelský plán:

představit podnikatelskou aktivitu/činnost; její perspektivu a udržitelnost do budoucna; charakterizovat potřebnost projektu

Informace o sociálním podniku

Naplňování principů sociálního podniku v praxi

Analýza trhu

Management a lidské zdroje

PŘÍLOHY ŽÁDOSTI O PODPORU

- **Finanční plán**
- Měsíční náklady
- Výnosy měsíční
- Hospodářský výsledek (+ 1 rok)
- Kalkulace cen

POVINNÉ PŘÍLOHY

jsou-li relevantní;

- údaje o svém skutečném majiteli,
- statut tohoto svěřenského fondu,

vždy;

- podnikatelský a finanční plán.

IS KP21+

- registrace – Pokyny k vyplnění žádosti (www.esfcr.cz)
- elektronizace – kvalifikovaný elektronický podpis (i v případě oprávněné osoby jednající za žadatele)
  - role uživatelů (editor, čtenáře, signatář; signatář musí mít zřízený vlastní účet)
- vyplnění projektové žádosti; komunikace, upozornění, depeše (zprávy mezi uživateli)
- technické problémy: https://sd21.mssf.cz
- další informace: ww.esfcr.cz, www.dotaceeu.cz

ROZPOČET PROJEKTU

ROZPOČET PROJEKTU - STRUKTURA

Celkové způsobilé náklady (CZV) = přímé náklady + nepřímé náklady (tj. vč. spolufinancování)

I. Přímé náklady

- 1. Osobní náklady
- 2. Cestovní náhrady
- 3. Zařízení a vybavení a spotřebního materiálu
- 4. Nákup služeb
- 5. Drobné stavební úpravy (do 40 tis. Kč)
- 6. Přímá podpora CS
- 7. Křížové financování – 0%

II. Nepřímé náklady – 25 % přímých nákladů

1 OSOBNÍ NÁKLADY

realizační tým projektu

např. manažer podniku, psycholog, vedoucí CS, psychosociální pracovník

- obvyklé ceny a mzdy – www.esfcr.cz
- max. úvazek 1,0 dohromady u všech subjektů zapojených do daného projektu

(tj. součet veškerých úvazků zaměstnance u zaměstnavatele/ů včetně případných DPP a DPČ nesmí překročit jeden pracovní úvazek), a to po celou dobu zapojení daného pracovníka do realizace projektu OPZ

2 CESTOVNÍ NÁHRADY

- zahraniční služební cesty (vyhláška MF)
- cestovné zahraničních expertů (per diems) do ČR

3 ZAŘÍZENÍ A VYBAVENÍ

- **neinvestiční výdaje**
- **investiční výdaje** – dlouhodobý nehmotný/hmotný majetek s dobou použitelnosti delší než jeden rok a od výše ocenění (pořizovací ceny) určené žadatelem/příjemcem
  - vymezení dlouhodobého nehmotného/hmotného majetku si v účetnictví stanovuje žadatel v souladu se zákonem o účetnictví
  - investice: max. 25 % celkových přímých způsobilých
  - veřejná zakázka (viz Obecná pravidla OPZ+)

U nákupu vybavení pro realizační tým, např. PC, lze do nákladu uvést pouze 1 ks na 1 úvazek, pokud je úvazek nižší, lze uplatnit pouze část pořizovací ceny, vztahující se k danému úvazku (1 úvazek = cena 1 PC, 0,3 úvazek = 0,3 ceny PC).

Nebudou financovány investiční a/nebo neinvestiční výdaje určené na modernizaci administrativního zázemí organizace (např. kancelářský nábytek pro manažera podniku).

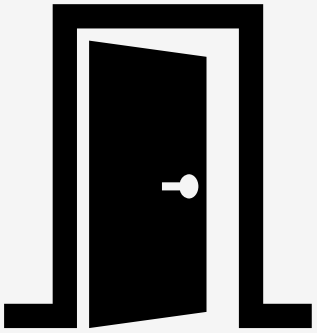
4 NÁKUP SLUŽEB

- marketingové služby
- vzdělávací kurzy
- poradenství k sociálnímu podnikání
- nájemné prostor pro CS (nájem v nájemní smlouvě je přímý náklad, služby jsou nepřímý náklad – rozdělení uvedeno v nájemní smlouvě)
- …

5 DROBNÉ STAVEBNÍ ÚPRAVY

- max. 40.000 Kč na každou jednotlivou účetní položku majetku v jednom zdaňovacím období

- např. úprava pracovního místa, které usnadní přístup osobám zdravotně postiženým



6 PŘÍMÁ PODPORA PRO CÍLOVOU SKUPINU

Mzdy zaměstnanců z cílové skupiny

- jen pracovní smlouva nebo DPČ (DPP ne)
- minimální výše úvazku pro CS 0,4
- počítá se v jednotkovém nákladu – je včetně zákonných odvodů zaměstnavatele
- měrnou jednotkou je 0,05 úvazek/měsíc
- jednotkový náklad je 1 391,75 Kč na každých 0,05 úvazku na měsíc

6 PŘÍMÁ PODPORA PRO CÍLOVOU SKUPINU

- příklady:
  - Nárok jednotek na 1 měsíc při úvazku 1,0 je 1,0/0,05 = 20 jednotek
  - Nárok jednotek na 1 měsíc při úvazku 0,4 je 0,4/0,05 = 8 jednotek
- jednotkové náklady se hradí poměrnou částkou v případě neodpracování celého měsíce

6 PŘÍMÁ PODPORA PRO CÍLOVOU SKUPINU

- cestovné, ubytování, při služebních cestách pro CS
- jiné nezbytné náklady pro CS pro realizování projektu (zdravotní prohlídka…)

6 PŘÍMÁ PODPORA PRO CÍLOVOU SKUPINU

- Pokud příjemce čerpá na zaměstnance příspěvek na podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením dle § 78 zákona č. 435/2004 Sb., o zaměstnanosti, ve znění pozdějších předpisů, nebo jiný příspěvek poskytovaný Úřadem práce ČR, jehož výše se stanoví na základě skutečně vynaložených prostředků na osobní náklady zaměstnanců, nemůže současně čerpat podporu v rámci předkládaného projektu na úhradu osobních nákladů zaměstnanců, na které žadatel pobírá tento příspěvek.
- Při provádění změn rozpočtu nelze přesouvat prostředky z položek na „Mzdové příspěvky“ do jiných kapitol a položek rozpočtu projektu a naopak.

7 KŘÍŽOVÉ FINANCOVÁNÍ

- již z OPZ+ nelze financovat

II. NEPŘÍMÉ NÁKLADY

- 25% přímých způsobilých nákladů projektu
- administrativa, řízení projektu (včetně finančního), účetnictví, personalistika komunikační a informační opatření, občerstvení a stravování a podpůrné procesy pro provoz projektu
- cestovní náhrady spojené s pracovními cestami realizačního týmu
- spotřební materiál, zařízení a vybavení (papír…)
- prostory pro realizaci projektu (nájemné, vodné, stočné, energie..)
- ostatní provozní výdaje (internet, poštovné, telefon…)

ZPŮSOB HODNOCENÍ A VÝBĚR PROJEKTŮ

FÁZE HODNOCENÍ

- hodnocení přijatelnosti a formálních náležitostí
- věcné hodnocení – hodnotící komise – možná osobní účast žadatele

  - Obecná pravidel pro žadatele a příjemce v rámci OPZ+
  - Specifická část pravidel pro žadatele a příjemce v rámci OPZ+ pro projekty s přímými a nepřímými náklady a pro projekty financované s využitím paušálních sazeb
  - Příručka pro hodnotitele

HODNOTICÍ KRITÉRIA

1. Vymezení problému a cílové skupiny
2. Cíle a konzistentnost (intervenční logika) projektu
3. Způsob ověření dosažení cíle projektu
4. Efektivita projektu, rozpočet
5. Adekvátnost monitorovacích indikátorů
6. Způsob zapojení cílové skupiny
7. Způsob realizace aktivit a jejich návaznost

1 VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLOVÉ SKUPINY (35)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

- zejména sociální aspekt projektové žádosti
- vhodnost cílové skupiny (CS) pro daný obor podnikání

Jakým způsobem proběhl výběr CS? Bylo provedeno šetření mezi CS, je analyzována potřebnost vzniku SP pro CS (v dané lokalitě), byli předem vytipováni budoucí zaměstnanci?

2 CÍLE A KONZISTENTNOST PROJEKTU (25)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

- vyváženost a relevance sociálních a ekonomických cílů
- srozumitelnost podnikatelského záměru, analýza trhu, analýza konkurence, vymezení segmentu zákazníků
- předpoklady udržitelnosti podnikání i po skončení projektu
- předpoklad naplňování principů sociálního podnikání

Má projektový záměr potenciál uspět na trhu? Jsou konkrétně popsané principy sociálního podnikání ve vztahu k předmětu podnikání a jeho průběhu a je reálné toto naplnit?

3 ZPŮSOB OVĚŘENÍ DOSAŽENÍ CÍLE PROJEKTU (5)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

- nastavení jednoznačných a relevantních kritérií, dle nichž bude možné identifikovat, zda bylo daného cíle dosaženo

Jsou nastavena kritéria ověřující naplnění sociálních a ekonomických cílů? Je reálné naplnění cílů sociálních a podnikatelských?

4 EFEKTIVITA PROJEKTU, ROZPOČET (15)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

- rozpočet projektu a jeho efektivita
- finanční plán a v něm obsažené relevantní údaje

4 EFEKTIVITA PROJEKTU, ROZPOČET (15)

- Je finanční plán **srozumitelný**, **podložený relevantními údaji** (analýzou trhu) a jsou jeho jednotlivé **položky dostatečně komentovány**?
- Obsahuje finanční plán **všechny relevantní náklady** související s předmětem podnikání (variabilní a fixní), a to **v odpovídající výši** včetně uvedení způsobu jejich výpočtu?
- Je komentována **struktura a objem plánovaných výnosů, tržeb**? Jsou tržby podložené výpočtem?
- Jsou uvedeny údaje o **ceně produktu a způsobu jejího stanovení** (kalkulace)? Je tato cena pro vymezený trh relevantní?

5 ADEKVÁTNOST MONITOROVACÍCH INDIKÁTORŮ (5)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

- formální správnost hodnoty MI – zda je v souladu s popisem v projektové žádosti/podnikatelském plánu
- formálně správný popis MI a jejich naplnění

6 ZPŮSOB ZAPOJENÍ CÍLOVÉ SKUPINY (5)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

Práce s CS a způsob jejího zapojení

- naplňování sociálních principů sociálního podnikání včetně rozsahu a relevance: účast zaměstnanců na chodu podniku…
- předpoklad udržitelnosti vytvořeného pracovního místa pro zaměstnance z cílové skupiny i po skončení projektu

Jak bude probíhat integrační podpora v průběhu realizace projektu? Jsou konkretizovány sociální principy sociálního podnikání a jsou relevantní vzhledem k cílové skupině zaměstnanců? Vyplývá z podnikatelského plánu předpoklad udržení pracovního místa pro zaměstnance z cílové skupiny i po skončení projektu?

7 ZPŮSOB REALIZACE AKTIVIT A JEJICH NÁVAZNOST (10)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

Zastoupení „sociálních“ a „podnikatelských“ KA

- Provázanost KA s cíli projektu
- Zdůvodnění potřebnosti položek rozpočtu – např. poradenství k sociálnímu podnikání
- Reálnost časového rozvržení aktivit

Jsou zařazeny vhodné „sociální“ a „podnikatelské“ KA?

Jsou KA provázané s rozpočtem projektu – jsou zdůvodněné a okomentované?

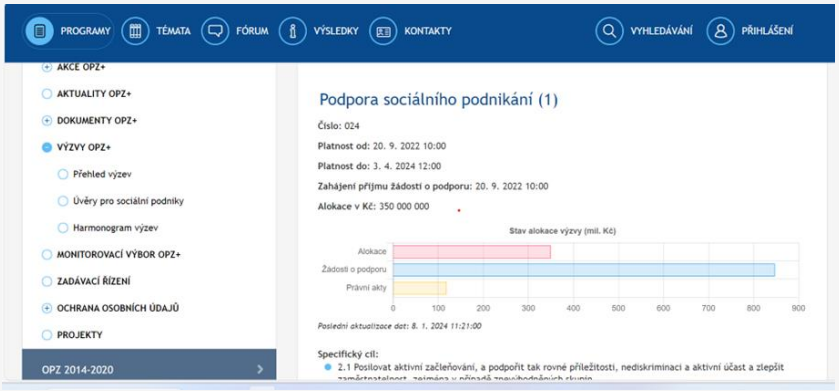
7 ZPŮSOB REALIZACE AKTIVIT A JEJICH NÁVAZNOST (10)

Co se zde hodnotí v kontextu sociálního podnikání?

- Hodnotí se způsob a reálnost fungování provozu (provozní doba, směnnost, prostory pro podnikání apod.), zda plánovaný objem výroby odpovídá kapacitě výroby/poskytováním služby (možnostem a schopnostem zaměstnanců, nastavení provozu atd.).

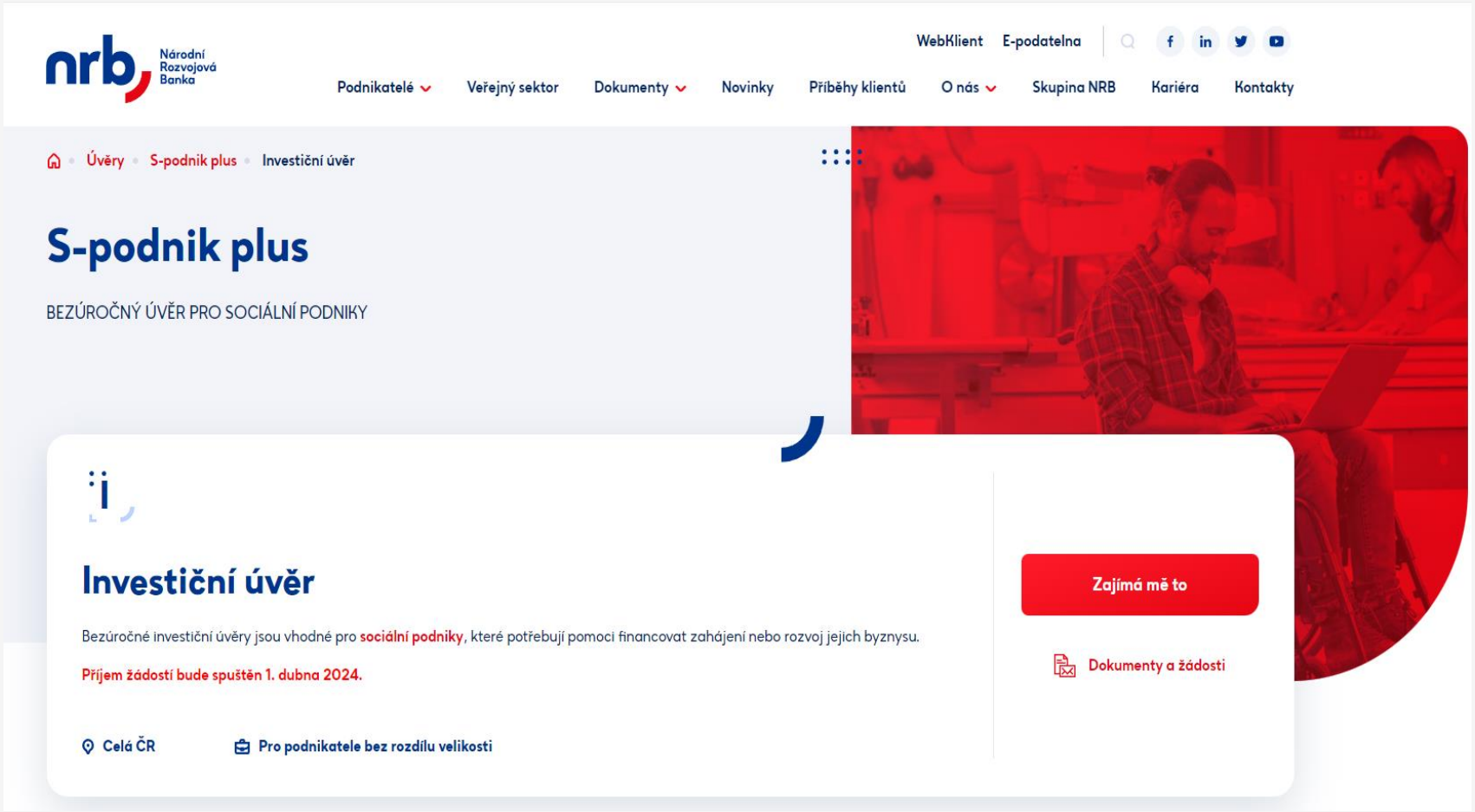
Koresponduje popis provozu (včetně lokace provozovny) s nastavením provozní doby, se směnností zaměstnanců, s plánovaným objemem zakázek, potažmo tržeb? Koresponduje plánovaný objem výroby s kapacitou výroby/poskytování služeb?

INFORMAČNÍ ZDROJE



- www.esfcr.cz:
  - výzva č. 03_22_024
  - Esf fórum – diskuzní metodický klub výzvy
  - Dokumenty OPZ+ - www.esfcr.cz
  - Zadávací řízení - www.esfcr.cz
  - Aktuality OPZ+ - www.esfcr.cz

S-PODNIK PLUS



S-PODNIK PLUS

- Cíl: usnadňovat začínajícím i stávajícím sociálním podnikům přístup k financování podnikatelských záměrů
- Příjem žádostí: od 1. dubna 2024
- Alokace: 370 mil. Kč
- Výše úvěru: 400 tis. Kč – 25 mil. Kč
- **Investiční úvěr** s úrokovou sazbou 0 %, doba splatnosti až 10, resp. 12 let, odklad splácení až 3 roky; zařízení, vybavení, pořízení či rekonstrukce staveb, až 90% způsobilých výdajů Projektu

S-PODNIK PLUS

- **Provozní úvěr** s úrokovou sazbou 0 %, doba splatnosti až 3 roky, doklad splácení až 1 rok; pořízení zásob, drobný hm. i nehm. majetek, energie
- Kde žádat: pobočky Národní rozvojové banky v Praze, Brně, Ostravě, Hradci Králové, Plzni a Českých Budějovicích
- Formuláře žádostí, pokyny pro jejich předložení a veškeré další informace jsou již k dispozici stránkách programu S-podnik

WWW.CESKE-SOCIALNI-PODNIKANI.CZ

- Realizace projektu MPSV ČR: České sociální podnikání - Projekt Rozvoj ekosystému sociálního podnikání (ceske-socialni-podnikani.cz)
- Cíl: podpořit vznik, rozvoj a stabilizaci sociálního podnikání, mapování, zavádění nových trendů.
- Poradenství, vzdělávání, podnítit zakládání a rozvoj sociálních podniků, podporovat jejich udržitelnost
- 4 regionální poradenská centra (Ústecký kraj, Moravskoslezský kraj, Olomoucký kraj, Středočeský kraj)

CSRD (CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE)

- Nový povinný standard pro nefinanční reportování.
- Firmy a instituce podle něj budou zveřejňovat informace o svém vztahu k životnímu prostředí, sociální oblasti a o řízení firmy.
- Velké účetní jednotky (od roku 2025, první report za fiskální rok 2026)
- Kótované malé a střední podniky (od roku 2027, první report za fiskální rok 2026).
- Naplňování CSRD skrze ESG ukazatele.

ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNACE)

- Vliv firmy na životní prostředí, společnost a způsob jejího vedení, na jejichž základě lze číslem vyjádřit „udržitelnost“ či „odpovědnost“ firmy.
- Dodavatelské firmy – mnoho velkých firem už nyní požaduje po svých dodavatelích nefinanční reporting (ESG). Tento trend bude sílit.

SOCIÁLNÍ PODNIK VS. ESG

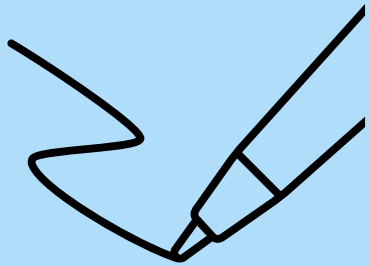
Ing. Jana Kadláčková – jana.kadlackova@mpsv.cz

Mgr. Dagmar Jeřábková – dagmar.jerabkova1@mpsv.cz

Mgr. Anna Kolovratníková – anna.kolovratnikova@mpsv.cz

Mgr. Karel Gregor – karel.gregor@mpsv.cz

Možnost konzultace před podáním žádosti.



Těšíme se na Vaše projekty!