

Pravidla transparentnosti nevládních neziskových organizací v oblasti dárcovství a sponzorství ze strany komerčních subjektů

Preambule:

Pravidla transparentnosti NNO v rámci dárcovství a sponzorství ze strany komerčních subjektů (dále jen „Pravidla“) jsou doporučením pro nevládní neziskové organizace (dále jen „NNO“) a environmentální neziskový sektor jako celek. Tato Pravidla obsahují dobrovolné zásady a principy transparentního chování NNO v případě přijímání darů a v rámci sponzorství NNO ze strany komerčních subjektů. Tato Pravidla si kladou za cíl dále posilovat důsledné uplatňování transparentnosti aktivit neziskového sektoru a prohlubovat tak vzájemnou důvěru jak mezi NNO samotnými navzájem, tak i mezi NNO a společenským prostředím, v němž působí. Respektování těchto Pravidel pak dále podporuje naplňování cílů a hodnot, k jejichž dodržování se NNO zavázaly přijetím Etického kodexu ekologických organizací, který byl schválen na oborovém setkání ekologických NNO svolaném Zeleným kruhem a konaném dne 26. října 2005.

čl. 1.

Základní etická kritéria

NNO přijímají dary a/nebo si sjednávají sponzorství pouze s těmi subjekty, o kterých mají důvody věřit, že nejsou přímo či zprostředkovaně odpovědní za závažné případy devastace životního prostředí či porušování lidských práv v přítomnosti či nedávné minulosti.

Poznámky a doporučení

Jde o zapracování požadavku Etického kodexu ekologických organizací, čl. financování, bod č. 5: V oblasti firemního fundraisingu spolupracovat s firmami, které se hlásí k odpovědnosti za dopad své činnosti na životní prostředí, usilují o snižování negativního působení své činnosti na životní prostředí a nejsou odpovědní za hrubé a závažné případy devastace životního prostředí.

čl. 2. Střet zájmů

Přijetí daru a/nebo sponzorství ze strany subjektů, které nesplňují etická kritéria dle čl. 1 Pravidel a/nebo s nimiž je konkrétní NNO v jakémkoliv konfliktu, kterým se rozumí zejména veřejná kritika takového subjektu ze strany konkrétní NNO za jeho praxi vůči životnímu prostředí nebo situace, kdy konkrétní NNO brání či bránila v uskutečnění obchodních nebo investičních záměrů takového subjektu, je zásadně vyloučeno, a to pro střet zájmů.

Poznámky a doporučení

Je zřejmé, že dárcovství a/nebo sponzorství ze strany subjektů, s nimiž je konkrétní NNO v konfliktu, je nepřijatelné. Sjednání takového dárcovství a/nebo sponzorství by mohlo ohrožovat nejen respekt jednotlivých NNO, ale především pohled veřejnosti na environmentální neziskový sektor jako celek, což by ve svém důsledku mohlo ohrožovat naplňování cílů a hodnot, k jejichž dodržování se NNO zavázaly přijetím Etického kodexu ekologických organizací. Bohužel, případy tohoto druhu střetu zájmů se již i staly.

čl. 3. Princip transparentnosti

NNO při sjednávání dárcovství a/nebo sponzorství ze strany komerčních subjektů od počátku dbají na důsledné dodržování transparentnosti. Transparentnost vyžaduje, aby konkrétní NNO při sjednávání smlouvy o dárcovství a/nebo sponzorství počítala s nutností zajistit zveřejnitelnost takového případu a volné šíření informací o něm. Forma a způsob informování záleží na okolnostech, nabízí se zejména zveřejňování informací ve výročních zprávách a podobných dokumentech nebo na webových stránkách NNO. Každopádně je nutno zpřístupňovat informace o sponzoringu nebo dárcovství kdykoli na dotaz či žádost kteréhokoli subjektu.

Poznámky a doporučení

1) Je žádoucí, aby NNO podle okolností i sama aktivně informovala veřejnost v podstatnějších a závažnějších případech, že vstoupila do vyjednávacího procesu s dárcem či sponzorem. V procesu vyjednávání je žádoucí trvat na smluvním zakotvení souhlasu obou stran s přístupností smlouvy pro jiné osoby a s jejím případným zveřejněním. Tam, kde je to s ohledem na významnost smlouvy či okolnosti jejího uzavření vhodné či nutné, by po ukončení jednání a uzavření smlouvy o tomto faktu měla NNO informovala veřejnost.

2) Maximální průhlednost a šířitelnost informace o faktu darování nebo sponzorování a o podmínkách sjednaných s dárce či sponzorem je zásadním postulátem, z něhož by NNO a především environmentální nadace v zájmu vlastní hodnověrnosti neměly slevovat.

Příklad možného znění ustanovení v rámci smlouvy:

„Strany této smlouvy se výslovně dohodly na tom, že žádné její ustanovení není předmětem utajování, smlouvu lze zpřístupnit třetím osobám nebo ji vhodným způsobem zveřejnit, např. na internetových stránkách některé smluvní strany.“

3) Pokud by bylo opravdu nezbytně nutné některé ustanovení smlouvy utajit (z důvodu požadavků druhé strany), pak je nutno takové ustanovení učinit obsahem oddělitelné přílohy ke smlouvě tak, aby zbytek smlouvy byl bez omezení přístupný. Ve smlouvě by pak měl být výslovný odkaz, že strany se dohodly na utajení určitých skutečností a fakt, která strana si vymínila utajení některých ujednání, jež jsou proto uvedeny ve zvláštní příloze, která přístupná není.

Příklad možného znění ustanovení v rámci smlouvy:

„Strany této smlouvy se výslovně dohodly na tom, že žádné její ustanovení není předmětem utajování, s výjimkou ujednání zabývajících se (upravujících), jež jsou obsahem přílohy č. této smlouvy. Smlouvu lze zpřístupnit třetím osobám nebo ji vhodným způsobem zveřejnit, např. na internetových stránkách některé smluvní strany, a to s výjimkou přílohy č.“

Poznámka: Definice obchodního tajemství obsažená v § 17 obchodního zákoníku zní:

„Obchodní tajemství tvoří veškeré skutečnosti obchodní, výrobní či technické povahy související s podnikem, které mají skutečnou nebo alespoň potenciální materiální či nemateriální hodnotu, nejsou v příslušných obchodních kruzích běžně dostupné, mají být podle vůle podnikatele utajeny a podnikatel odpovídajícím způsobem jejich utajení zajišťuje.“

4) Obě smluvní strany jsou si rovny a jsou při jednání rovnocenné. Z uvedeného důvodu obsah smlouvy musí odpovídat svobodné vůli obou stran, které mají právo ovlivňovat obsah (text) smlouvy. Z uvedeného důvodu by měl environmentální subjekt (NNO) vyvinout snahu o zapracování proekologických prohlášení, intencí a především reálných závazků dárce či sponzora do smlouvy. V případě že má NNO zpracován a schválen nějaký vlastní etický kodex nebo definované principy spolupráce s donátory (případně přistoupil k takovým externím dokumentům), měl by se snažit patřičná ustanovení z těchto dokumentů náležitě vtělit přímo do smlouvy tam, kde je to možné a vhodné. Další možnou, byť méně vhodnější variantou, je pak výslovný odkaz ve smlouvě na takové externí dokumenty (etické kodexy apod.), nejlépe s dovětkem, že jde o přílohu smlouvy, jež je její nedílnou součástí.

čl. 4.

Principy rovnosti a vyváženosti

NNO při sjednávání dárce a/nebo sponzorství ze strany komerčních

subjektů patřičně dbají zásady, že obě smluvní strany jsou si rovny. NNO pečlivě dbají na formulaci pravidel, jež určí, jak budou smluvní strany svou spoluprací prezentovat navenek a zda si stanoví pravidla k uvádění svých názvů, svého loga, symbolů či značek, nebo zda budou předem vzájemně některé své aktivity v tomto směru odsouhlasovat. Za uvedeným účelem proto NNO zajistí, že prezentace spolupráce ze strany dárce či sponzora bude objektivní a vyvážená a že při takové prezentaci nemůže dojít k neadekvátnímu využití nebo i ke zneužití dobrého jména konkrétní NNO či environmentálního neziskového sektoru jako celku.

Poznámky a doporučení

Již v průběhu vyjednávání je nutno náležitě zohlednit skutečnost, že fakt dárcovství a/nebo sponzorství a fakt zpřístupnitelnosti nebo publikace takového dárcovství a/nebo sponzorství a vzájemně dohodnutých pravidel mohou být pro dárce či sponzora využitelné v rámci sebepropagace a vztahů s veřejností. Komerční subjekty se často veřejně prezentují jako „společensky odpovědné“ či „přátelské k životnímu prostředí“ a při svých reklamních a marketingových strategiích zdůrazňují fakt poskytování věcných či peněžních darů v rámci tzv. firemní filantropie. NNO tam, kde je to vhodné nebo nutné, především s ohledem na rozsah daru a/nebo sponzorství či veřejnou známost nebo velikost subjektu, s nímž vstoupil do jednání o přijetí daru a/nebo sponzorství by měly zajistit, aby prezentace spolupráce ze strany dárce či sponzora byla skutečně vyvážená a aby nedošlo k neúměrnému využití faktu spolupráce nebo ke zneužití dobrého jména konkrétní NNO či environmentálního neziskového sektoru jako celku.

Příklad možného znění v rámci smlouvy:

„Strany této smlouvy se výslovně dohodly na tom, že každá z nich má právo uvádět pravdivé informace o předmětu této smlouvy a sjednaných podmínkách ve svých propagačních materiálech nebo reklamních textech, mediálních vystoupeních a při obdobných příležitostech, a to včetně využití loga, symbolu nebo značky, kterou druhá strana běžně užívá, a to s následujícím omezením (např.: musí jít o případ obsahově spojený s uvedením informací o využití prostředků poskytnutých na základě této smlouvy). V ostatních případech je nutná předchozí písemná dohoda stran této smlouvy.“