**Peníze na dobrou věc? V Česku existuje obrovský filantropický potenciál, který lze podpořit dobře nastaveným právním prostředím**

Praha, 29.6.2022 - **Minulé a současné krize vedly k vyšší aktivaci občanů i firem v Česku směrem k vyšší společenské odpovědnosti. Výrazný sociální kapitál, který se zde v minulých letech nahromadil, je možné dále stimulovat jednoduchým a efektivním právním prostředím. To je jedním z klíčových zjištění zprávy „Filantropie ve střední a východní Evropě – Česká republika“. Výzkum připravený think-tankem Social Impact Alliance for Central & Eastern Europe představuje výjimečně komplexní pohled na ekosystém soukromých prostředků darovaných na sociální účely v Česku a v celém regionu střední a východní Evropy.**

Kompletní zpráva, která byla připravena ve spolupráci s Asociací společenské odpovědnosti, advokátní kanceláří Dentons a za podpory Google.org., je dostupná na adrese **https://ceeimpact.org/ceska-republika-filantropie-a-csr-v-cee/**

Česko se vyznačuje dobře rozvinutým sociálním prostředím, a proto je často prezentováno jako vzor pro region střední a východní Evropy. Už z předchozího výzkumu „Filantropie ve střední a východní Evropě 2020“ vyplynulo, že ve srovnání s Polskem, Slovenskem a Maďarskem je průměrná hodnota darů nejvyšší právě zde.

*„Společenskou aktivitu firem stále častěji diktují očekávání uvědomělých zákazníků, zaměstnanců a investorů. Už 39 % Čechů je ochotno platit mírně vyšší ceny za zboží a služby společensky odpovědných firem. Zároveň ale firmy, které mají vůli realizovat společensky odpovědné aktivity, narážejí na překážky, které brání hlavně těm menším z nich, tedy malým a středním podnikům, adaptovat své strategie tak, aby vyhovovaly podmínkám současného světa,“* říká Anna Korzeniewska ze Social Impact Alliance.

Nárůst angažovanosti se týká zejména rostoucí skupiny tzv. středních dárců, tj. mezi jednotlivci, kteří ročně darují 10 000 až 25 000 korun.

**Spojení sociálních a obchodních cílů**

Pokud jde o strategie ESG/CSR a týmy, které jsou za ně odpovědné, jsou firmy v Česku na různém stupni vývoje. V mnoha případech je jejich schopnost jednat omezena nedostatkem zdrojů a lidí. Navzdory rostoucímu významu ESG a zvyšujícímu se významu role Chief Sustainability Officer (ředitel pro udržitelnost) mnoho společností nadále přistupuje k sociálním cílům nezávisle na svých cílech obchodních. Ve většině případů mají pro každou z těchto kategorií samostatné strategie. Stále chybí strategické přístupy k řešení sociálních problémů a jednotlivé aktivity většinou probíhají až jako reakce na krize.

*„Je potřeba klást větší důraz na systémové přístupy k podnikání založené na výpočtu dopadů a kvalitativních měřítcích úspěšnosti. Je proto nutné vytvořit více vzdělávacích a školících příležitostí v oblasti společenské angažovanosti,“* vysvětluje Lucie Mádlová, zakladatelka a výkonná ředitelka Asociace společenské odpovědnosti.

*„Google se dlouhodobě a systematicky zaměřuje na rozvoj neziskového sektoru v Česku. V první řadě poskytujeme tisícům místních neziskovek bezplatně produkty a reklamní prostor v hodnotě až 10 000 dolarů měsíčně pro každou organizaci tak, aby mohla komunikovat jak se svou cílovou skupinou, tak s donátory. Vybraným projektům, zejména v oblasti digitalizace, sociální inkluze a bezpečnosti na internetu poskytujeme navíc přímou finanční pomoc. Od roku 2016 jsme poskytli 7 přímých grantů v hodnotě přes 20 milionů Kč. Třetím pilířem naší podpory jsou vzdělávací programy pro získání digitálních dovedností. Filantropie a podpora neziskových organizací je zakódována v DNA firemní kultury Googlu. Průzkum mapující filantropické prostředí v České republice, který jsme podpořili, nám umožní se lépe orientovat v prostředí českého neziskového sektoru,“* uvádí Petr Šmíd, marketingový ředitel Googlu pro Česko, Slovensko, Maďarsko a Rumunsko.

**Dobrovolnictví zaměstnanců**

V souvislosti s dobrovolnickou činností vykonávanou zaměstnanci poukázali zaměstnavatelé na řadu problematických otázek. Legislativní úpravy jsou nezbytné pro vytvoření nových příležitostí pro dobrovolnickou činnost zaměstnanců v rámci pracovního poměru, nejen mimo něj. Dobrovolnická činnost by například mohla být při splnění určitých podmínek považována za výkon práce dle pracovní smlouvy.

**Komplikované daňové prostředí**

Klíčovou oblastí, která se týká všech zúčastněných stran, je právní a daňové prostředí. Firmy i široká veřejnost je vnímají jako komplikované. Podnikatelé často nevědí, jak postupovat v souladu s právními předpisy, což s sebou nese další náklady, například v souvislosti se zajištěním odborných poradenských služeb. Vzhledem ke stále poměrně nízké úrovni motivace tato skutečnost mnohé firmy (zejména malé a střední podniky, které nemají vlastní poradce) odrazuje od toho, aby se pustily do společensky odpovědných aktivit.

Zvláštní pozornost je třeba věnovat oblasti daňových úlev. Podle současné právní úpravy činí maximální výše všech daňově uznatelných darů 10 % základu daně pro poplatníky daně z příjmů právnických osob a 15 % základu daně pro poplatníky daně z příjmů fyzických osob. Vzhledem k pandemii covidu-19 byl tento limit odpočtu pro zdaňovací období 2020 až 2023 dočasně zvýšen na 30 %. Otázkou však zůstává, co dál – má smysl 30% limit zachovat?

Na rozdíl od několika dalších zemí v regionu střední a východní Evropy nemá Česká republika žádný mechanismus přerozdělování daňových výnosů ve prospěch společensky prospěšných organizací podle preferencí daňových poplatníků. Zajímavé je, že řada organizací v Česku má značné pochybnosti o tom, zda by takový mechanismus vůbec fungoval. Mezi potenciální problémy patří nadměrná soutěž o finanční prostředky, nízká motivace k dárcovství z vlastních prostředků a omezení jiných státních programů, například grantů a dotací.

**Povinnosti související s DPH**

Společnosti poskytující podporu formou věcných darů (zboží) musejí obecně, až na jednu výjimku, odvádět z dodaného zboží DPH. Je třeba vytvořit více výjimek z obecného pravidla, nejlépe v souladu se sociální a environmentální strategií státu.

Podobně jako u věcných darů je i u služeb pro bono nutné odvádět DPH. *„Finanční správa v této souvislosti mimo jiné argumentuje tím, že dané předpisy musejí být v souladu s právem Evropské unie. Právo EU však podle všeho umožňuje v tomto ohledu národní výjimky, navíc zkušenosti z jiných trhů, například z Polska, ukazují, že praxe se skutečně může lišit,“* říká Petr Kotáb, advokát a čestný člen advokátní kanceláře Dentons.

Zpráva za Českou republiku je součástí rozsáhlejší studie probíhající v 11 zemích střední a východní Evropy. Cílem sdružení Social Impact Alliance for CEE je určit překážky a potenciální pobídky pro dárce z řad fyzických i právnických osob a doporučit změny.

Zpráva vychází z hloubkových rozhovorů, které probíhaly s experty z 16 pečlivě vybraných organizací – většinou zastřešujících organizací pro rodinné firmy, firemních nadací a neziskových organizací, akademických institucí a národních i mezinárodních organizací podporujících společenskou angažovanost v České republice:

Asociace společenské odpovědnosti

Ashoka

Asociace malých a středních podniků

Asociace veřejně prospěšných organizací

Czech Invest

EY

Frank Bold

Glopolis

Google

Lidl Česká republika

Nadace Via

Silke Horáková

Skupina ČEZ

Snadnedarcovstvi.cz

Vodafone

Vysoká škola ekonomická v Praze