

Zpráva o udržitelnosti za období 2023-2024

AUTOTREND, spol. s r.o.

PORTOS



Obsah

Obsah.....	2
01 Předmluva.....	3
02 Úvodní slovo.....	4
03 Profil společnosti a historie	5
04 Strategie.....	6
4.1 Naše hodnoty.....	6
4.2 Naše závazky ve vztahu ke globálním a národním cílům	6
4.3 Stakeholders	7
4.4 Analýza významných témat a určení priorit udržitelnosti	8
4.5 Závazky AUTOTREND	9
05 Systém řízení AUTOTREND	10
5.1 Systém řízení rizik.....	10
5.2 Řízení udržitelnosti.....	10
5.3 Vztahy s dodavateli	10
06 Životní prostředí (E)	11
6.1 Významnost tématu	11
6.2 Aktuální stav.....	11
6.2.1 Změna klimatu (E1 a E2)	11
6.2.2 Znečištění a odpady (E2 a E5)	13
6.2.3 Voda (E3).....	13
6.3 Návrh opatření v rámci (E) - plán a příležitosti.....	13
07 Sociální oblast (S)	15
7.1 Významnost tématu a aktuální stav	15
7.2 Vlastní pracovní síla (S1 a S2)	15
7.3 Dotčené komunity (S3)	16
7.4 Zákazníci a spotřebitelé (S4).....	16
08 Řízení AUTOTREND a chování společnosti	17
8.1 Významnost tématu (G1)	17
8.2 Aktuální stav.....	17
8.3 Opatření a příležitosti	18
09 Závěrečné shrnutí a výhled	19

01 Předmluva

Tato Zpráva o udržitelnosti společnosti AUTOTREND, spol. s r.o. (dále jen „Zpráva“) za období 2023-2024 uvádí nefinanční ukazatele z oblasti řízení společnosti, životního prostředí, péče o zaměstnance a zákazníky, sociální a společenské oblasti s přihlédnutím ke směrnici o podávání zpráv podniků o udržitelnosti¹ (dále jen „CSRD nebo regulace CSRD“) a zohledňuje principy „Cílů udržitelného rozvoje“ (SDGs). Tato Zpráva je připravena mimo režim regulace CSRD a nepodléhá auditu. Jde o první výroční zprávu o udržitelnosti společnosti. Je k dispozici v tištěné i v elektronické podobě na webových stránkách společnosti na adrese www.autotrendliberec.cz.

I s ohledem na dosavadní dobrovolnost společnosti AUTOTREND, spol. s r.o. sestavovat Zprávu (na AUTOTREND, spol. s r.o. se prozatím nevztahuje regulace CSRD), popisuje tato Zpráva oblasti, které jsou pro společnost aktuálně významné. Předpokladem je, že v následujících reportovacích obdobích se jednotlivá témata a priority budou dále upřesňovat a rozvíjet, a to i ve vztahu k očekáváním a požadavkům obchodních partnerů či legislativním požadavkům a toho, jak se budou dále reportovací požadavky ve vztahu ke směrnici CSRD upřesňovat a standardizovat.²

Proces reportování je založen na známých datech poskytnutých jednotlivými odděleními společnosti. Významné oblasti a priority zmíněné v této Zprávě vycházejí zároveň ze série stakeholder dialogů, sektorového benchmarkingu, a obecně i z významných priorit automotive sektoru.

Stanovení emisí skleníkových plynů scope 1 a scope 2 bylo prováděno podle metodik GHG protokolu. Byly použity relevantní emisní koeficienty pro Českou republiku zveřejněné oficiálními státními institucemi – ČHMÚ, MPO a ČSÚ. Pro výpočet emisí z provozu klimatizačních jednotek se vycházelo z aktuálních metodik IPCC. Základní výpočet scope 2 byl založen na lokalitě. Tam, kde to bylo relevantní, byla podle evropského nařízení zohledněna možnost výpočtu emisí scope 2 založeného na trhu.

¹ SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY (EU) 2022/2464 ze dne 14. prosince 2022, kterou se mění nařízení (EU) č. 537/2014, směrnice 2004/109/ES, směrnice 2006/43/ES a směrnice 2013/34/EU, pokud jde o podávání zpráv podniků o udržitelnosti

² Společnost plánuje ve vydávání zpráv o udržitelnosti pokračovat i v následujících obdobích, druhá zpráva o udržitelnosti bude tedy pokrývat období 2024-2025. Společnost plánuje, i ve vztahu k regulaci CSRD od roku 2026 vydávat zprávy o udržitelnosti v ročních intervalech i v návaznosti na vlastní finanční reportování.

02 Úvodní slovo

Vážení zaměstnanci, vážení obchodní partneři,

jsme rádi, že vám můžeme představit první zprávu o udržitelnosti AUTOTREND, spol. s r.o. za období 2023–2024.

Pro nás je toto důležitý milník, neboť tento dokument zaznamenává naše první závazky, cíle a vize v oblasti udržitelnosti a společenské odpovědnosti. Otázka, proč jsme se rozhodli přijmout tuto výzvu a proč jsme se rozhodli ji i sdílet s našimi partnery, má několik klíčových odpovědí.

Rok 2023 a 2024 byl z hlediska světových událostí nepochybně zásadním obdobím. Události posledních let nám jasně ukazují, že naše společnost je propojena se světem více, než jsme si možná doposud mysleli. Klimatické změny a otázky energetické bezpečnosti se dnes stávají i pro nás naléhavými problémy, které vyžadují rychlé a odpovědné jednání.

Základním motivem pro náš proaktivní přístup k udržitelnosti je naše pevné přesvědčení, že silné společnosti mají morální a etickou povinnost přispívat k lepšímu světu kolem nás.

Zároveň si uvědomujeme, že tradiční obchodní modely a praxe někdy nestačí k řešení komplexních problémů, kterým čelíme. Proto jsme se rozhodli pro inovaci a hledání pozitivních změn v našem obchodním modelu, včetně konkrétních praktických opatření.

Společnost plánuje například vybudování částečné fotovoltaické elektrárny, přechod osvětlení na LED, nastavení efektivního hospodaření s užitkovou vodou a další opatření. Naše společnost také plánuje pokračovat v programu Greenretail a v ISO auditech. V oblasti péče o vlastní zaměstnance plánujeme například zavedení sick-day a další zlepšení pracovních podmínek a zaměstnaneckých benefitů.

Tato zpráva je naším prvním krokem na cestě k udržitelnosti, a my se těšíme na to, že ji budeme moci nadále rozvíjet a zdokonalovat, a že naše snahy budou pokračovat i v dalších letech.

Děkujeme vám za vaši podporu a společně se těšíme na lepší a udržitelnější budoucnost.

S úctou,

Martin Volavka

manažer kvality, ředitel společnosti

03 Profil společnosti a historie

AUTOTREND, spol. s r.o. (dále jen „AUTOTREND“) je rodinná firma s 33letou tradicí a specialista na vozy Škoda a Volkswagen. Nabízí nová i ojetá vozidla, certifikovaný autorizovaný záruční i pozáruční servis, vyřízení dotace na elektromobil, výkup vozů a půjčovna vozů Volkswagen ID (elektro).

Naše cesta začala:

Společnost byla založena v roce 1991.

První autosalon značky ŠKODA byl vybudován ve zrekonstruovaném areálu po podniku Likov v Hrádku nad Nisou.

V roce 2004 byl otevřen nový showroom ŠKODA v Liberci.

V roce 2007 dochází k prodeji autosalonu v Hrádku nad Nisou a zároveň k podpisu servisní smlouvy s importérem Volkswagen.

Od roku 2011 je autorizovaným prodejcem vozů Volkswagen a Volkswagen Užitkové vozy v největším a nejmodernějším showroomu značky Volkswagen v Libereckém kraji.

V roce 2020 byl otevřen nový showroom ŠKODA Plus a DasWelt Auto.

Společnost disponuje ISO 9001. Společnost byla oceněna ŠKODA Best Dealer v roce 2005 a 2006. Společnost byla vyhlášena Autoservisem roku 2012. Společnost se v posledních letech zapojila také do projektů Greenretail Škoda.

04 Strategie

AUTOTREND je oficiálním dealerstvím Škoda Auto a Volkswagen s dlouholetou tradicí a uvědomuje si globální výzvy a svou odpovědnost k životnímu prostředí a společnosti. Záměrem společnosti je, aby se udržitelnost stala jednou z hlavních priorit firemní strategie a byla v ní pevně zakotvena jako její nedílná součást.

V oblastech ESG popsanych v této Zprávě chce dosáhnout znatelných úspěchů, stát se inspirací pro ostatní aktéry na trhu a také pokusit se posunout vnímání udržitelnosti mezi svými zákazníky i obchodními partnery.

Společnost již započala první iniciativy a kroky, aby naplnila své cíle ve vztahu k udržitelnosti, ať se jedná o výpočet a snižování uhlíkové stopy, energetický management, další vzdělávání a spokojenost zaměstnanců či větší zacílení komunitních a CSR projektů společnosti.

Plánovaná strategie udržitelnosti a ESG bude tedy založena na těchto hlavních pilířích; v oblasti životního prostředí se bude jednat zejména o chápání odpadů jako důležitých zdrojů, energetické efektivnosti

a vytvoření plánu pro částečnou dekarbonizaci společnosti. V oblasti sociální se bude jednat především o péči a rozvoj vlastní pracovní síly, spolupráci s místními komunitami a CSR a o spolupráci s místními odbornými učiteli. V oblasti správy společnosti se bude jednat zejména o dodržování etického jednání v rámci svého hodnotového řetězce, odolnost vůči krizím a dále o firemní integritu a compliance.

Tyto oblasti budou přesněji definovány v následujících reportovacích obdobích, tak aby se staly nedílnou součástí strategických dokumentů a celkového strategického směřování společnosti.

4.1 Naše hodnoty

Hodnoty AUTOTREND definují společnost a dělají ji nezaměnitelnou. Jak směrem dovnitř, tak i směrem ven jasně ukazují, kdo společnost AUTOTREND je a za čím stojí.

Hodnoty, díky nimž společnost vynikala doposud a které jsou základem i pro její budoucí rozvoj;

- **Podnikatelství** je součástí života společnosti a přebírá odpovědnost jak v malých, tak i velkých úkolech.
- V oblasti spolupráce se společnost zaměřuje na **uznání a kvalitu služeb**.
- Přes všechny úspěchy zůstává společnost pevně na zemi a vyžadujeme **maximální profesionalitu**.
- Obzvláště důležitá je pro společnost **integrita a compliance**.

AUTOTREND se zároveň přímo řídí požadavky a očekávání koncernu Volkswagen kladená na postoj a chování obchodních partnerů v rámci činnosti jejich podniku, zejména vůči dodavatelům a prodejním partnerům. Na tyto požadavky je společností pohlíženo jako na základ pro úspěšné uspořádání obchodních vztahů mezi koncernem Volkswagen a jeho partnery³ a společnost AUTOTREND aplikaci těchto očekávání i aktivně interně a externě prosazuje.

4.2 Naše závazky ve vztahu ke globálním a národním cílům

AUTOTREND se svou plánovanou strategií udržitelnosti se bude aktivně snažit přispět na místní úrovni k naplnění alespoň některých z Cílů udržitelného rozvoje OSN.

³ https://admin.porsche-interauto.cz/uploads/2019_12_Code_of_Conduct_for_Business_Partners_EN_CZ_reviewed_JO_clean_308caee2a7_7547ff9406.pdf

Společnost se zaměří se na ty cíle, které může při své činnosti alespoň částečně ovlivnit, a jsou tak pro společnost a její stakeholdery nejpodstatnější. S ohledem na vytvářející se strategii udržitelnosti si společnost z Cílů udržitelného rozvoje OSN vybrala zejména SDGs 4, 6, 7 a 12.



Tyto zmíněné cíle se přímo vztahují ke snahám společnosti v oblasti využití a spotřebě energií, nakládání s odpady, spotřebě a využití vody a spolupráci se sektorem vzdělávání v rámci zkvalitnění procesů odborných příprav v partnerských učilištích.

Kromě obecných SDGs, které budou adoptována na místní úroveň a na obchodní kontext společnosti, je pro AUTOTREND zavazující a určující celkové směřování koncernu VW.

Společnost vnímá, že v rámci sektoru bude důležité se i dále zaměřit na sledování globálních i národních cílů a závazků ve vztahu k udržitelnému a prosperujícímu Česku. Z tohoto pohledu je v plánu do působení společnosti i čím dál tím více zakomponovat závazky ve vztahu například k Pařížské dohodě o klimatu a na národní úrovni zejména k Agendě 2030. CSRD regulace do doby, než bude pro společnost povinnou, bude sloužit i jako vodítko a podpůrný nástroj ve vztahu k určování směru aktivit agendy udržitelnosti společnosti.

4.3 Stakeholders

Škoda Auto a koncern Volkswagen

AUTOTREND je autorizovaným prodejcem pro osobní vozy Škoda a Volkswagen a pro užitkové vozy Volkswagen. Jak Škoda Auto, tak Volkswagen jsou tedy pro společnost AUTOTREND klíčovými partnery, a to nejen z pohledu obchodu, ale i poskytované podpory a partnerství v rámci tématu udržitelnosti. Společnost se aktivně zapojuje do projektů a programů Škoda Auto, ať se jedná o projekty nakládání s odpady, vzdělávání a školení zaměstnanců a další.

Oba dodavatelé společnosti AUTOTREND poskytují součinnost nebo podporu například při různých projektech zpětného odběru součástek. Dodavatelé od svých prodejců naopak vyžadují dodržování závazků týkajících se environmentálních a sociálních cílů. Aktuálně se tato vzájemná očekávání, závazky, synergie a podpora ve vztahu k naplňování cílů udržitelnosti upřesňují a předpokládá se, že v dalším reportovacím období bude společnost tyto závazky i formálněji vykazovat.

Strategičtí klienti

Udržování formálního i neformálního vztahu s klíčovými klienty je pro společnost určující, osobní vazby a vzájemná důvěra jsou hnacím motorem těchto mnoholetých partnerství a cílem je tento osobní přístup i nadále rozvíjet i více koncepčně uchopit.

Vzhledem k dlouholetému lokálnímu působení společnosti AUTOTREND v oblasti prodeje a servisu vozidel si AUTOTREND zakládá na individuálním přístupu ke svým zákazníkům, kteří se následně opakovaně vracejí, jako zákazníci servisu, zákazníci pro druhotný trh nebo opět při koupi dalšího vozu.

Zaměstnanci

Jak prodej, tak servis vozidel je nevyhnutelně závislý na lidské pracovní síle a byť některé činnosti je bezpochyby možné automatizovat nebo zefektivnit, většinu činností společnosti AUTOTREND by bez

zaměstnanců vůbec nebylo možné realizovat. AUTOTREND si tuto skutečnost samozřejmě uvědomuje, a proto se snaží ke svým zaměstnancům přistupovat férově a poskytovat jim odpovídající pracovní podmínky. Za tímto účelem rovněž provádí pravidelný průzkum spokojenosti zaměstnanců.

Místní komunity

AUTOTREND je převážně lokálním podnikatelem. Jako takovému mu záleží na komunitách, ve kterých působí, ať již skrze své obchodní aktivity, tak i CSR aktivity. V rámci svých aktivit podporuje například:

- **Sdružení Tulipán**, které provozuje chráněnou dílnu, kde zaměstnává osoby se zdravotním znevýhodněním. V rámci poradenských služeb pomáhá nejenom osobám se zdravotním znevýhodněním, kteří jsou jeho zaměstnanci, ale zároveň všem, kteří potřebují získat informace k řešení jejich problémů. Realizuje i celou řadu kulturních, volnočasových a vzdělávacích akcí, jejichž cílem je inkluze mezi zdravou a handicapovanou populací.
- **Hokejový klub Bílí Tygři Liberec**, pro kterého je společnost v postavení oficiálního hlavního partnera.
- **Křižanské léto, hudební a divadelní**, pro které je společnost v postavení generálního partnera.
- **Triatlon Hrádek nad Nisou**, pro kterého je společnost jedním z partnerů.
- **Sektor vzdělávání a odborná příprava**; místní odborná učiliště jsou důležitým zdrojem nejen ve vztahu k budoucí kvalifikované pracovní síle, ale i jako nástroj náboru a profesní přípravy juniorních zaměstnanců zejména v profesích jako automechanik nebo autotronik. Do budoucna společnost plánuje dále rozšířit spolupráci s odbornými učilišti, tyto snahy se chtějí zaměřit i na možnost materiální podpory vybraných učilišť s cílem dále zefektivnit a zkvalitnit odbornou přípravu učňů. Užší a strategickou spolupráci s těmito učilišti společnost chápe jako možnou win-win situaci, kdy na jedné straně bude společnost schopna uspokojit svou potřebu po kvalitních uchazečích o práci a na straně druhé přímo přispěje ke zkvalitnění, případně i zatraktivnění daných učebních oborů – tato snaha ve svém důsledku přímo povede ke zkvalitnění vzdělávacího procesu jako celku na místní úrovni.

4.4 Analýza významných témat a určení priorit udržitelnosti

Analýza významných témat probíhala v průběhu září až listopadu 2024 zejména na základě desk-review a benchmarkingové analýze obdobných zpráv udržitelnosti přímé i nepřímé konkurence, a to na úrovni ČR i ve světě.

Zpráva nepřímo zohledňuje ESRS⁴, ale není strukturou výhradně založena na CSRD a ESRS standardech, především proto, že AUTOTREND aktuálně nespadá pod reportovací povinnost regulace CSRD.

Tato Zpráva má výhradně pomoci AUTOTREND se začít strukturovaně věnovat problematice udržitelnosti, a to nejen ve vztahu k případným budoucím legislativní povinnostem, ale i příležitostem, a i očekáváním obchodních partnerů.

Bez ohledu na povahu a smysl této Zprávy byl při identifikaci významných témat zohledněn koncept dvojí významnosti včetně interní metodiky PORTOS⁵ zohledňující metodické postupy LCA⁶. Významná témata byla následně verifikována skrze sérii interních a externích stakeholder dialogů.

⁴ NAŘÍZENÍ KOMISE V PŘENESENÉ PRÁVOMOCI (EU) 2023/2772 ze dne 31. července 2023, kterým se doplňuje směrnice Evropského parlamentu a Rady 2013/34/EU, pokud jde o standardy pro podávání zpráv o udržitelnosti

⁵ <https://portos.cz/>

⁶ PORTOS při identifikaci materiálních témat vychází zejména z metodiky založené na postupech analýzy materiálových toků (MFA, Material Flow Analysis, dle ISO 14051:2011) a analýzy životního cyklu (LCA, Life Cycle Analysis, dle ISO 14040:2006). Metodika vychází ze zmapování materiálových toků v celém životním cyklu produktů a služeb podle principu „from cradle to grave“, tj. od těžby surovin po likvidaci odpadu.

Z tohoto procesu bylo identifikováno několik zásadních oblastí, na které se společnost plánuje zaměřit v dalších obdobích a které jsou dále popsány v této Zprávě. Zároveň bylo identifikováno několik konkrétních opatření a obecných závazků, které budou pro společnost zásadní v rámci nastavování celkové agendy udržitelnosti a ESG.

4.5 Závazky AUTOTREND

- Posupné zkvalitnění priorit udržitelnosti a zformování strategie udržitelnosti a ESG.
- Zkvalitnění ESG reportingu ve vztahu k CSRD direktivě a firemním cílům.
- Pokračování v komunitní angažovanosti a projektech CSR.
- Pokračování v pravidelných poradách, prezentaci nápadů na zlepšení od zaměstnanců a motivačních bonusech za nápady na zlepšení v rámci udržitelnosti.

05 Systém řízení AUTOTREND

5.1 Systém řízení rizik

Dodržování zákonných předpisů a interních pravidel a zásad stanovených v Kodexu chování (Code of Conduct) a Kodexu chování pro obchodní partnery (Code of Conduct for BP) má v AUTOTREND nejvyšší prioritu. Úspěch společnosti je založen na bezúhonnosti a dodržování předpisů.

Cílem AUTOTREND je postupně interně zavést integrovaný systém řízení rizik, který bude zahrnovat otázky týkající se strategie, výkonnosti a dodržování předpisů uvnitř společnosti. Systém bude zahrnovat odpovědné osoby a postup mapování rizik obecně, mapování rizik souvisejících s plněním firemní strategie, pravidelné aktualizace rizik, příležitostí a dopadů ve vztahu k tématu udržitelnosti, mapování korupčních rizik, dodržování firemních hodnot a hodnot stanovených v Etickém kodexu koncernu VW, analýza rizik v oblasti lidských práv ad.

5.2 Řízení udržitelnosti

Řízení témat udržitelnosti aktuálně probíhá skrze pravidelné kvartální porady, kdy jsou diskutovány jak priority, tak i plánované cíle společnosti. Do procesu řízení společnosti je zapojeno vedení společností i širší management. Témata a cíle jsou, i také nadále budou, také pravidelně komunikována zaměstnancům skrze týmové porady.

5.3 Vztahy s dodavateli

AUTOTREND si uvědomuje svou roli, kterou při přechodu například k minimálním emisím hrají její dodavatelé, proto do budoucna plánuje, aby například při nákupu materiálu a dílů hrála stále větší úlohu kritéria udržitelnosti a náležitá péče o obchodní partnery. Z tohoto pohledu se bude AUTOTREND i nadále řídit formálními i neformálními požadavky Škoda Auto i v rámci konceptu interního hodnocení dodavatelů Škoda auto známého jako S-rating, který je založen na souboru kritérií ESG.

06 Životní prostředí (E)

6.1 Významnost tématu

Podnikatelská činnost AUTOTREND je přímo i nepřímo svázána a ovlivňována životním prostředím a současně ho v některých z činností sama ovlivňuje, tuto vzájemnou závislost si společnost uvědomuje a přímo ji reflektuje v oblastech, na které se v oblasti životního prostředí chce do budoucna zaměřit. Mezi tyto hlavní témata z oblasti životního prostředí patří snižování energetické náročnosti, oběhové hospodářství, cílená dekarbonizace a nakládání s vodou.

AUTOTREND mezi rizika nepřímo vyplývající ze změny klimatu vnímá např. to, že v souvislosti se zaváděním vyšších nároků na energetickou efektivitu a udržitelnost vozidel se vozy Škoda, které byly po dlouhá desetiletí auty pro českou střední třídu, začínají být pro tuto ekonomickou třídu spotřebitelů finančně nedostupné. Vzhledem k pokračování zvyšování výše popsaných nároků se tento trend bude pravděpodobně ještě prohlubovat a s významnějším přechodem na elektromobilitu, bude ještě významnější.

Změna klimatu na společnost kromě toho dopadá, opět nepřímo, když i s ohledem na zvyšování počtu tropických dní, vyvstává potřeba instalace klimatizace v administrativních prostorech společnosti za účelem zajištění přijatelného pracovního prostředí pro zaměstnance.

6.2 Aktuální stav

Cílem společnosti je být aktivní v ochraně životního prostředí, především v oblastech spadajících v rámci ESRS standardů pod E1-Změna klimatu (především E1-3, Energie), E2-Znečištění (především E2-1, Znečištění ovzduší), E3-Voda a mořské zdroje (především pak E3 1-1, 1-2 a 1-3, Spotřeba, odběr a vypouštění vody) a E5-Oběhové hospodářství (E5 -1, E5 - 2, E5 - 3, tedy využití zdrojů, odsun zdrojů a odpady). Z tohoto pohledu je společnost i aktivní v programech Škoda Auto jako je Green Retail program, Dealer Experience a GoToZero a další iniciativy.

Pobočka v Liberci ve sledovaném roce 2023⁷ spotřebovala 296,8 MWh elektrické energie, především na osvětlení, přípravu teplé vody, chlazení a větrání, provoz kompresorů a lakovny, a také na nabíjení elektroaut. Kolem 50 % světelných zdrojů jsou tvořeny LED svítidly.

Spotřeba zemního plynu v areálu společnosti činí 726 MWh ročně. Střecha autosalonu je zateplená a okna byla vyměněná za nová dvojskla. Okna objektu „bazar“ byla vyměněná za nová trojskla, objekt byl zateplen fasádním pásmem izolací.

6.2.1 Změna klimatu (E1 a E2)

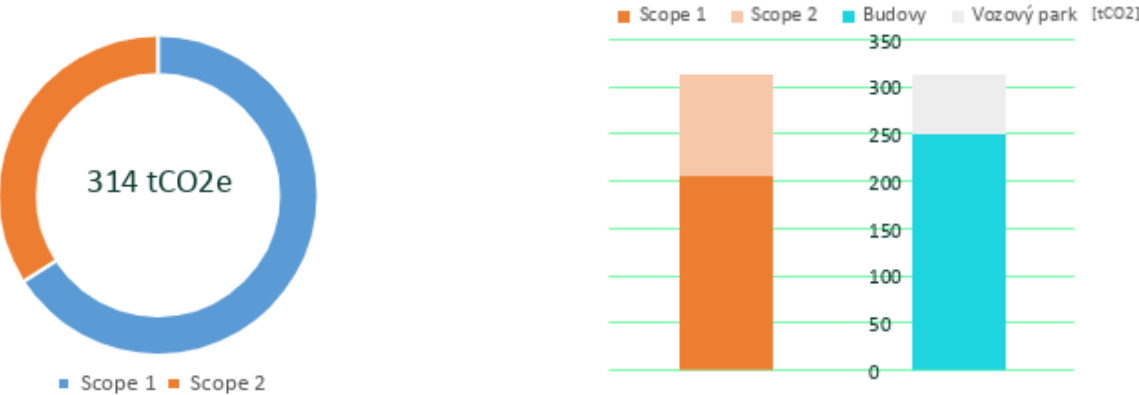
Společnost aktivně prosazuje zmírnění energetické náročnosti celkového provozu budov i poskytovaných služeb. Společnost plánuje například výměny vnitřního osvětlení za LED technologii nebo instalaci FVE v areálu a další opatření. Cílem společnosti je na základě pochopení energetické náročnosti zavést taková opatření, aby energetická náročnost byla průběžně sledována a následně i snižována. S tím souvisí i využívání udržitelných zdrojů energií. Důležité pro společnost je i pochopení výpočtu a následné snižování vlastní uhlíkové stopy.

V roce 2023 dosáhla celková emisní zátěž AUTOTREND **úrovně 313,99 tCO₂**. Jak lze pozorovat na grafu níže, emise spojené s provozem budovy tvoří 80 % celkové emisní zátěže. Z hlediska emisních kategorií

⁷ Spotřeby energií za rok 2024 nejsou v této zprávě zohledněny, uhlíková stopa společnosti je vykázána za rok 2023.

převažují emise spadající do Scope 1, které tvoří 65 % celkového objemu. Výsledné hodnoty pro jednotlivé zdroje emisí jsou k dispozici v přehledové tabulce níže.

Celkové emise za rok 2023



	Zdroj emisí	Scope 1 [tCO ₂]	Scope 2 [tCO ₂]	Celkem [tCO ₂]
Budovy	Zemní plyn	145,93	-	145,93
	Elektřina	-	103,44	103,44
	Vodné	-	0,18	0,18
	Stočné	-	0,21	0,21
	R410a	1,90	-	1,90
Vozový park	Nafta	42,75	-	42,75
	Benzín	16,37	-	16,37
	Elektřina	-	3,19	3,19

V kontextu podílu jednotlivých zdrojů emisí představuje největší emisní zátěž spotřeba **elektrické energie a zemního plynu**, která tvoří více než 80 % celkového objemu emisí. V rámci vozového parku je hlavním zdrojem emisí spotřeba nafty a benzínu.

Pro kvantifikaci emisní zátěže v rámci Scope 3 je třeba nejprve vymezit podkategorie relevantní pro společnost a stanovit způsob sběru dat, který se ovšem může pro jednotlivé kategorie výrazně lišit. Cílem do dalších období je nastavit transparentní procesy pro strukturovaný sběr dat v dostatečné kvalitě. Klíčové pro společnost bude i zapojení dodavatelů, odběratelů a dalších účastníků hodnotového řetězce.

Společnost má za cíl i nadále zdokonalovat vlastní interní procesy sběru a analýzy dat ve vztahu k výpočtu uhlíkové stopy společnosti, jedná se především o;

- systematický sběr dat, včetně kontroly a vyhodnocení energetických dat (např. spotřeby energií),

- zajištění kompletní projektové dokumentace k objektům, s cílem lepšího pochopení energetické náročnosti,
- zjištění možností zavedení softwaru pro řízení energetického hospodářství nebo systému měření a regulace (MaR),
- systematický sběr dat a podkladů ve vztahu k vozovému parku, zejména ke spotřebám pohonných hmot a
- další zdokonalování evidence produkovaného odpadu, včetně dat ohledně produkce možných škodlivých látek.

6.2.2 Znečištění a odpady (E2 a E5)

Ve společnosti je v rámci programů Škoda Auto zajištěn odběr originálních materiálů, u značky ŠKODA se jedná o 100 %, u značky PORSCHE se jedná přibližně o 50 %. Svoz odpadů zajišťuje společnost Marius Pedersen, u čelních skel a autobaterií funguje zpětný odběr v rámci programů Škoda Auto.

Nejvíce odpadu pochází aktuálně z mechanické dílny a jsou to převážně plasty, oleje a díly. Historicky se nebezpečný odpad společnosti odvážel velmi často (cca 1x/měsíc), z důvodu zavedených opatření se aktuální svoz snížil na 1x za dva až tři měsíce. Cílem společnosti je také průběžné snižování směsného odpadu (v současnosti toto představuje 1 kontejner za 14 dní (10 m³), v minulost se jednalo o množství dvojnásobné, tedy 1 kontejner za 1 týden).

V lakovně společnosti se používají vodou ředitelné barvy, znečištění z tohoto pohledu je tedy minimální. V rámci této poskytované služby společnost splňuje všechny běžné standardy i sektorová očekávání.

Společnost si uvědomuje, že je i nadále potřeba se tématu nakládání s odpady intenzivně věnovat, především skrze spolupráci se Škoda Auto a s dalšími partnery, a hledat společně cesty, jak celkový proces nakládání s odpady zefektivnit.

6.2.3 Voda (E3)

Spotřeba vody v roce 2023 činila 1 041 m³ (vodné/stočné).

V myčce aut se používá z 80 % recyklovaná voda⁸, 20 % vody pochází z vodovodního řádu a dále se recykluje pro další spotřebu v myčce aut. Vzniklý kal, který pochází z myčky se následně vyváží jednou za 6 měsíců, tuto službu zajišťuje regionální dopravce, ČÍMA odpady s.r.o., objem cisterny na odvoz kalu je 4 m³.

Společnost má 80 zaměstnanců a spotřeba v rámci provozu je vyšší než v myčce aut, společnost plánuje postupně snižovat spotřebu vody využíváním dešťové vody a dalšími opatřeními.

6.3 Návrh opatření v rámci (E) - plán a příležitosti

Společnost se plánuje dále intenzivně věnovat snižování energetické náročnosti, využívání obnovitelných zdrojů energií, spotřebě a nakládání s vodou a nakládání s odpady. Do dalších reportovacích období se jedná převážně o konkrétní opatření jako je například:

- *instalace FVE s bateriovým úložištěm,*
- *přechod na LED osvětlení;*
- *instalace retenční nádrže na dešťovou vodu;*
- *úsporné splachovače, perlátory na sprchy a umyvadla;*
- *třídění hliníku a dalších materiálů;*
- *zefektivnění a systematizace sběru relevantních dat.*

⁸ Procentuální výpočet podílu recyklované vody v myčce byl založen na údajích od dodavatele mycího portálu s čističkou.

Mezi nejvýznamnější identifikované příležitosti pro snižování CO₂ patří zejména:

- Plánovaná instalace FVE s bateriovým uložištěm.
- Instalace BESS.
- Plánovaný přechod na LED osvětlení v celé provozovně.
- Instalace pohybových senzorů.
- HVAC – možná instalace tepelného čerpadla.
- Plánovaná instalace VZT jednotek v autosalonu.
- Příprava TV - Vytápění a ohřev vody, bude řešeno společně s FVE.
- Digitalizace/řízení – instalace MaR.
- Zateplení obálky budovy servisu Škoda.

Výše zmíněná opatření a příležitosti jsou pouze indikativní. Komplexnější opatření a cíle budou identifikovány v dalších reportovacích obdobích na základě pravidelně aktualizovaného výpočtu uhlíkové stopy společnosti a zpřesnění samotného sběru relevantních dat.

07 Sociální oblast (S)

7.1 Významnost tématu a aktuální stav

Sociální oblast ve vztahu udržitelnosti patří mezi klíčové strategické oblasti AUTOTREND a bude i jedním z hlavních pilířů plánované strategie udržitelnosti a ESG. Hlavním principem bude důraz na vlastní pracovní sílu s akcentem kariérního růstu, pracovní podmínky a certifikace a kurzy pořádané výrobcem automobilů v rámci kvalifikační cesty.

Další pod oblastí, na kterou se AUTOTREND bude i nadále zaměřovat je úloha společnosti v místní komunitě skrze přímou a cílenou komunitní angažovanost a projekty CSR zejména pokračující spolupráci se spolky, organizacemi, základními školami a odbornými učiteli.

Zásadní pro další rozvoj společnosti je i spolupráce s místními odbornými učiteli a celkovém zkvalitnění odborného vzdělávání a praktické přípravy na vybraných školách a učilištích.

Strategií společnosti je soustředit se na vlastní pracovní sílu a do co nejmenší možné míry omezit spolupráci s osobami na OSVČ nebo počet agenturních zaměstnanců.

Přínosem této strategie je možnost dlouhodobě budovat kapacitu vlastních zaměstnanců a zajistit co největší kontinuitu kvality a sounáležitosti zaměstnanců se společností.

7.2 Vlastní pracovní síla (S1 a S2)

Pro společnost jsou vlastní zaměstnanci cílem úspěchu.

Jak prodej, tak servis vozidel je nevyhnutelně závislý na lidské pracovní síle a byť některé činnosti je bezpochyby možné automatizovat nebo zefektivnit, většinu činností společnosti AUTOTREND by bez zaměstnanců vůbec nebylo možné realizovat. AUTOTREND si tuto skutečnost uvědomuje, a proto se snaží ke svým zaměstnancům přistupovat férově a poskytovat jim odpovídající pracovní podmínky. Za tímto účelem rovněž provádí pravidelný průzkum spokojenosti zaměstnanců.

Zajištění bezpečnosti zaměstnanců je pro společnost klíčové – zaměstnanci pravidelně absolvují Školení BOZP, které zajišťuje externí společnost. Nový zaměstnanec je proškolen do 3 dnů od nástupu, společnost má vlastního podnikového lékaře. U produktivních zaměstnanců je realizovaná lékařská prohlídka každé 2 roky. U zaměstnanců se zvýšenou zátěží – v lakovně a klempírně je prohlídka realizovaná každé dva roky, zaměstnanci lakovny navíc absolvují kontrolu dýchacích cest. Neproduktivní personál absolvuje prohlídku jednou za 3 roky. Společnost aktivně kontroluje dodržování nošení pracovních pomůcek, zaměstnanci jsou, až na jednotlivé výjimky svědomití.

Společnost nabízí zaměstnancům řadu benefitů jako například stravování, odměny, prostory pro soukromé auto – definováno v rámci pracovní smlouvy, makro-karta, firemní tarify v rámci telefonů atd. Odměny považuje společnost v rámci regionu za nadstandardní.

I když jsou pro společnost vlastní zaměstnanci klíčovým zdrojem, uvědomuje si, že i v této oblasti je potřeba dalších zlepšení, jedná se především o oblasti a kroky ve vztahu k:

- Formalizaci systému odměňování na základě měsíčního přehledu výkonnosti.
- Hodnocení zaměstnanců a průzkum spokojenosti zaměstnanců – další zohlednění připomínek a zpětné vazby zaměstnanců, jak v rámci formálních i neformálních diskuzí a návrhů na zlepšení.
- Zlepšení work-life balance, převážně pro pracovníky na vedoucích pozicích.
- Podpora dalšího vzdělávání a kariérní růst zaměstnanců, pokračování v nabízených interních i externích školeních.

Společnost má za cíl, tam kde to bude možné, i nadále zaměstnávat osoby se zdravotním postižením, především na administrativních pozicích. Aktuálně společnost zaměstnává jednu osobu se zdravotním postižením.

Další významnou oblastí je pokračování spolupráce s odbornými učiteli, zejména se Střední školou Na Bojišti, Integrovanou střední školou Vysoké nad Jizerou a vybranými základními školami.

7.3 Dotčené komunity (S3)

Závazek společnosti je respektovat, chránit a podporovat lidská práva, a práva místních komunit, která mohou být ovlivněna činností společnosti.

Společnost má za cíl nastavit procesy pro posuzování rizik v oblasti lidských práva.

Společnost se zároveň zavazuje být i nadále aktivní v oblastech podpory místním sdružením a sportovním klubům, jedná se zejména o pokračující spolupráci se **Sdružením Tulipán**, které provozuje chráněnou dílnu, kde zaměstnává osoby se zdravotním znevýhodněním, **Hokejovým klubem Bílí Tygři Liberec**, **Křižanské léto**, **hudební a divadelní a Triatlonem Hrádek nad Nisou**.

V rámci spolupráce s místními odbornými učiteli si společnost klade za cíl celkové zlepšení vzdělávacího procesu v rámci zkvalitnění odborné přípravy, praxí, případné materiální podpory a další aktivity podpory odborných učitelů, tak aby i samotní absolventi ze spolupracujících učilišť byli lépe připraveni na zapojení v pracovním procesu v sektoru automotive.

7.4 Zákazníci a spotřebitelé (S4)

Společnost si zakládá na budování dlouhodobých obchodních, ale i osobních vztahů, kdy zákazník prodejny se organicky stane zákazníkem servisu a případně zákazníkem bazaru.

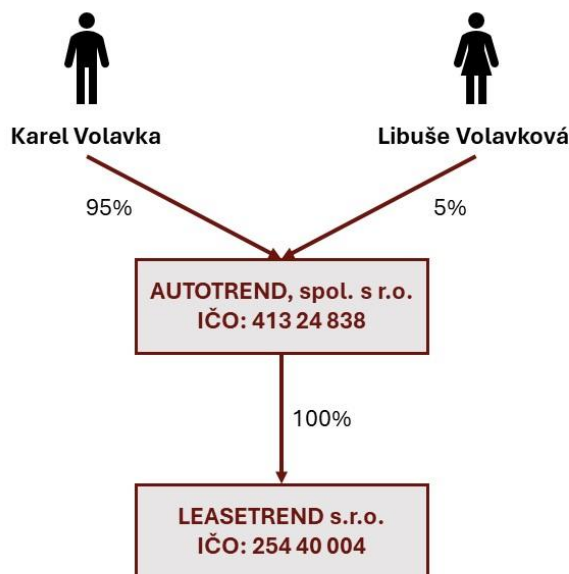
Společnost implementovala a využívá systém hodnocení spokojenosti zákazníků. Zpětná vazba poskytnutá zákazníky je vesměs pozitivní a společnost již v minulosti na opakující negativní zpětnou vazbu (nespokojenost zákazníků se službami auto myčky) reagovala a po zásahu došlo ke zlepšení.

Opatření a příležitosti

- Formalizování odměňovacího procesu zaměstnanců;
- prohlubování spolupráce se školami (podpora výukového procesu, odborná školení a praxe a další);
- formalizování zavedených HR procesů a postupů;
- důraz na zpětnou vazbu a připomínky zaměstnanců;
- důsledné dodržování zákoníku práce.

08 Řízení AUTOTREND a chování společnosti

Společnost je aktuálně řízena skrze dva skutečné majitele, aktuální struktura společnosti:



8.1 Významnost tématu (G1)

AUTOTREND si již od svého vzniku klade za cíl, aby ji zaměstnanci, obchodní partneři, zákazníci i široká veřejnost vnímali jako úspěšnou a transparentní společnost.

V rámci tohoto přístupu společnost průběžně adoptuje a aktualizuje interní procesy a předpisy a aktivně podporuje kulturu založenou na principech integrity a compliance, skrze pravidelné školení a diskuze se svými zaměstnanci i obchodními partnery.

Tento přístup je i aktivně podpořen Škoda Auto skrze programy jako například Together4Integrity, který byl společností Škoda Auto do poloviny roku 2023 aktivně prosazován a aktuálně se spolupráce nad dodržováním principů compliance a integrity přesunula na jednotlivé koncernové společnosti, a tedy i ve vzájemné spolupráci a podpoře, i na obchodní partnery Škoda Auto.

V obecné rovině chování se AUTOTREND řídí principy odpovědného, kvalifikovaného a transparentního fungování a dodržování legislativních povinností. Toto je zajištěno zejména skrze pravidelné interní a externí kontroly.

8.2 Aktuální stav

Firemní kultura a zásady chování AUTOTREND jsou založeny na principech integrity a etiky. Společnost se přímo hlásí k Volkswagen Code of Conduct for Business Partners⁹, které aktivně implementuje na všech úrovních řízení i ve vztahu k ostatním zaměstnancům.

⁹ https://admin.porsche-interauto.cz/uploads/2019_12_Code_of_Conduct_for_Business_Partners_EN_CZ_reviewed_JO_clean_308caee2a7_7547ff9406.pdf

8.3 Opatření a příležitosti

Společnost chce i v příštích obdobích nadále prohlubovat a profesionalizovat řízení společnosti. Důležité pro společnost bude i nadále vlastní pracovní síla a její zpětná vazba, včetně zahrnutí návrhů širšího managementu do celkového řízení společnosti. Důležité pro společnost je i pokračovat v kvalitě služeb a zajistit kontinuitu ISO certifikace.

09 Závěrečné shrnutí a výhled

Společnost AUTOTREND chce působit jako seriózní společnost, která má velký zájem být řízena s ohledem na témata udržitelnosti.

Společnost se plánuje zaměřit nejen na snižování vlastní uhlíkové stopy, ale i na zefektivnění procesů nakládání s odpady, stejně jako u spotřeby a dalšího využití vody, má za cíl dále hledat taková opatření, které povedou k celkovému efektivnějšímu využívání těchto zdrojů.

Pro společnost je spokojenost vlastních zaměstnanců zásadní, plánuje se zaměřit na definování a komunikaci firemní kultury a na taková opatření, která ve svém důsledku povedou ke spokojeným a loajálním zaměstnancům a spokojeným zákazníkům.

Další významnou oblastí, na kterou se plánuje společnost zaměřit je rozvoj CSR a komunitních iniciativ. Společnost dále plánuje rozvíjet spolupráci se sdruženími a sportovními kluby a realizovat další komunitně prospěšné aktivity. Zásadní je pro společnost také podpora sektoru vzdělávání a odborné přípravy, především pak místních odborných učilišť, jako nástroje náboru a profesní přípravy juniorních zaměstnanců.

AUTOTREND plánuje problematiku udržitelnosti a ESG uchopit koncepčně a strategicky, tak aby téma udržitelnosti bylo pro další rozvoj společnosti významné a určující.

„Základním motivem pro náš proaktivní přístup k udržitelnosti není legislativní povinnost. Ta by nás ještě několik let nemusela zajímat. Hlavním motivem je naše pevné přesvědčení, že silné společnosti mají morální a etickou povinnost přispívat k lepšímu světu kolem nás.“