



סיכום שבועי



מדענים בריטים

פיתוח דג רובוטי שישוחרר לים ולאגמים כדי לזהות זיהום, בין השאר ממלי שיט או מצוינות, בעזרת חיישנים. הדג יסדר את המידע בחזרה לחוף.

ברק אובמה

בבית הלבן בחנינים הצעה של סוכנות הסביבה של ארצות הברית שלפיה יש להתייחס להתחממות הגלובלית כסכנה לבריאות ולרווחת הציבור. אם נתקבל הצעה, יהיה זה הצעד הראשון של המדינה לקראת רגולציה בתחום מילוטו גזי החממה.

מזרחי טפחות ודפי זהב

לקראת הפסח ישוקו מהדורה מחודשת וירוקה של מדרוך ערך מוסף למוצרים חברתיים וסביבתיים.

31 תחנות דלק בתל אביב

עיריית תל אביב תבטל בעוד חודש את רישון העסק של 31 תחנות של פז, דלק וסונול בת"א לאחר שלא התקינו מטרות למניעת מליטת אדי דלק מהמשאבות.

נוו - המכונית הזולה בעולם

המכונית הקטנה והעממית של טאטא, שהושקה השבוע, עומדת להימכר במאות אלפים קל השנה ולהעמיס זיהום בל ישוער על ערים מרכזיות בהודו. שלא דובר על הפיקוים.



הרעיון

המנדט הבריטי

יותר ויותר ארגונים בריטיים של אחריות חברתית, ובראשם Corporate Watch, קוראים לחרם כולל על מוצרים שמיוצרים בישראל, ש"מסייעים לכיבוש ולהנצחת חוסר הצדק". הקו הירוק נהפך לאדום

חגי לוי

תקפות תקשורתיות על יש"ר ראל מוכרות עוד מימי מל"ח. חמת לבנון הראשונה, אולם נראה שלאחרונה מתחזקת מגמה של ארגוני צרכנים במדינות המערב שקוראות לצרכנים להחרים מוצרים מישראל שמיוצרים מעבר לקו הירוק. הודות שמוכרות נשק וציוד לצה"ל, וקוראים להחרים גם אותן.

אחד הסממנים לכך שלא מדובר יותר בתר פעת שוליים הוא שני מאמרים שפרסם בחדוש האחרון Corporate Watch – ארגון צרכנים מוכר ומכובד בבריטניה (ראו סמנרת). מדובר במאמרים חריפים כנגד התנהלותה של ישראל במלחמה בעזה. בין השאר נכתב שם: "לנוכח הטבח בעזה, הקריאות להחרמת מוצרים יש"ר ראלים נהפכו למיינסטרים. אנשים הפנימו שחברות ישראליות וחברות בינלאומיות שמ שקיעות בישראל לא רק תורמות לכלכלה בלתי מוסרית ובלתי חוקית, אלא גם מסייעות להנצחת כיבוש ברוטלי".

תעשיית הנשק: ראשונה על הכוונת

הפגנה שנערכה בשלהי מבצע "עופרת יצוקה" מחוץ למפעל החברה בניוקאסל, שבה חסמו המפגינים את הכניסה למפעל, בין עור תחום שבו אפשר למתוח קו ישר חרירי, לבין תמונת ההרג בשליווייה. אף ש-94% מציוד הלחימה המיובא לישראל מגיע מארצות הברית, בריטניה אחריות לחלק נכבד משאר היצוא לישראל. חברת BAE, יצרנית הנשק הגדולה בבריטניה ומספקת לחיל האוויר הישראלי ורכיבים אלקטרוניים למטוסי F-16, ולטענת הארגון, החברה אף ציידה מטוסי F-16 ישראלים במערכת הגנה מפני טילים. אתר Corporate Watch מספק את הכתובת של מטה BAE בלונדון, ומשנה



משרוינים ליד עזה. ביקורת על המבצע

מה השחורה היא יצרנית הטילים רייטאון. לטענת Corporate Watch, צה"ל חימש טילים אלו בפצצות מצרר במהלך המבצע בעזה – בניגוד לחוק הבינלאומי. אתר אלמוני את השמשות במשרדי בואינג למפעל רייטאון בבריטניה עקב משלוחי הנשק לישראל, ומגלה שעוד בקיץ 2006, בזמן מלחמת לבנון השנייה, פרצו מפגינים

למפעל רייטאון בעיר דריי שכבריטניה, לתכנן באחת הקומות והשמידו מחשבים וציוד נוסף לפני שנעצרו.

נציגה מעט מפתיעה ברשימת ספקי הנשק לישראל היא חברת קטרפילר האמריקאית, שמוזהה יותר מכל עם הטי רקטורים והבולדוזרים הצהובים שלה. קטרפילר מייצרת עבור צה"ל את דח"פורי D9, שהתפרסמו בתור הרכב העיקרי של חיל הנורטה במאבק בטור. אתר Corporate Watch אינו חוסך בביקורת כלפי אחריותה של קטרפילר בסכסוך הישראלי-פלסטיני: "מאז 1967 ישראל משתמשת בבולדוזרים מתוצרת קטרפילר כדי להרוס עשרות אלפי בתים של פליסטינים ולכרות נאות אלפי עצים, כחלק מהמהלך העקבי של ישראל לבצע ניקוי אתני של פלסטינים מארמנתם ולהקים תחנת מותג פרטי של מרקס אנד ספנסר, שעליו מוציא שהוא מיוצר בישראל. גם רשת ASDA, הנמצאת בבעלות וול"מארט, יצאה בחתבתאות רומה בת"גובה לפניות ארגוני צרכנים על כך



חנות של רשת ASDA בבריטניה. ברשת נמכרים גידולי שדה עם הכיתוב: "יוצרת התנהלויות ישראליות בגדה המערבית"

רשתות השיווק הבריטיות: סופגות ביקורת

פרמגטיים. בהודעה מטעם Co Op נכתב: "אינו יכולת לוודא שרכישה שחורות שמגיעות מהאזור הזה בעולם אינה מסייעת להנצחת חוסר הצדק ותנאי סחר בלתי הוגן. נפסיק למכור בתנויות שלנו תמרים, ענבים וכמה עשבי תיבול שמקורם בהתנהלויות בלתי חוקיות בגדה המערבית". לחקלאים בארץ, כפי הנראה, יש כעת עוד סיבה לדאוג – למשבר הכ"ל במצטרף גם גל, שעדיין קשה לה עריך את היקפה, של התנגדות לסחורה ישראלית על בסיס אידיאולוגי.

hagaylevi@calcalist.co.il

Corporate Watch מחקרים במגוון רחב של תעשיות

ניתן היה לפטור את הפרסום ב"Corporate Watch נגד ישראל בביטול לו היה מדובר בהתארגנות שולית, אך זה לא המצב: מדובר בארגון בלתי תלוי וללא מטרת רווח, שפועל כדי לחשוף את האינטרסים האמיתיים של תאגידים בינלאומיים מסכיבי לעולם – שברוך כלל אינם גלויים לעיני צרכנים. מאז הקמתו ב-1996, הארגון, שפועל מלונדון, בנה לעצמו מוניטין של גוף שמבצע בדיקות ומחקרים עצמאיים במגוון רחב של תעשיות כדי לחשוף התנהלות תאגידית לא תקינה – מניצול זכויות עובדים ועד הסתרת רכיבים במוצרי מזון.

כמעט כל רשתות המזון הגדולות בבריטניה מוכרות מוצרי מזון מישראל. Corporate Watch מציין את העיקריות שבהן – טסקו, ASDA, סיינסבורי'ס ומרקס אנד ספנסר, ואף מציין את המר צדים הנמכרים בכל חנות. האתר מפרסם את תגובתן הרשמית של הרשתות לשאלה אם הן מחזיקות סחורה מישראל. דובר מרקס אנד ספנסר השיב לבניית הארגון בשנה שעברה: "אנחנו מוכרים מוצרים שמגיעים מ-70 מדינות, בהן גם ישראל. אנו רואים לכך שעל כל מוצר יתנוסס כיתוב עם ארץ המוצא שלו". עם זאת, בהמשך באה גם הסתייגות: "איננו קונים סחורה מהגדה המערבית, כיוון שהמבצ הביטחוני הני תון מקשה עלינו לקיים קשר רצוף עם הספקים שלנו".

אתר Corporate Watch שולל את הטענה האחרונה, וטוען שהרשת ממשיכה למכור תמרים מנקעת הירדן, שבגדה המערבית הכבושה, מתאר את מנגנון השליטה המורכב בחברה. האתר מתאר הפגנה שנערכה ב-10 בינואר, בזמן קשיים אנוניים ובקבוקים, מתאר אהבה בקובנט גארדן – מרכז קניות ובילוי בלב לונדון. במהלך ההפגנה השתלטו כמה פעילים על תחנות וכיסו את חלקן הראווה בסדין שעליו נכתב: "כאן מגייסים כסף למימון פשעי מל"חמה בעזה". האירוע הסתיים רק כעבור חמש שעות, כשהמשטרה פרצה לתחנות ועצרה שלושה מפגינים.

גם מי ערך, שחלק מהכנסותיה מגיעות ממוכרות לחו"ל, מתוארת כ"חברה שמשמשת במים גנובים ממעין בהרי הגולן הסודי הכבושים".

צרכנות

לכבוד חג הפסח: מנקים באגוזים

קו חדש של מוצרי ניקוי העשויים מחומרים טבעיים וממוחזרים בלבד, בין השאר קליפת אגוזים ובקבוקים, הושק על ידי חברת 3M לכבוד חג הפסח.



סקוטש ברייט מאגוזים

עונת הדו"חות

עברי ורביץ



תתמקדו, תניעו, תרגשו

איך להפוך את דו"חות האחריות החברתית מחוברת משמימה לאפקטיבית ומזמינה

בימים אלו מכינות החברות הציבוריות את הדו"ח השנתי שלהן, ובמסגרת זו מפיצות חלקן גם את דו"ח האחריות התאגידית שלהן. בעוד לדו"ח הכספי יש קהל יעד מוגדר של משקיעים ובעלי מניות, הרי קהל היעד של הדו"ח החברתי מגוון יותר, ובעצם כולל את מרבית מחזיקי העניין. הברל נוסף הוא שהדו"ח הכספי מדבר בעיקר על העבר, בעוד הדו"ח החברתי צריך לדבר גם על העתיד, ובעצם להיות גם כלי ניהולי ושיווקי להנעה לפעולה.

כתיבת הדו"ח החברתי דורשת מאמצים רבים, שיוצרים נטייה לשכוח כי הדו"ח הוא רק אמצעי לקידום האסטרטגיה ולא המטרה. אז איך אפשר להימנע מהמצב השכיח שבו מרפסים אלפי עותקים ששוכנים במחסני החברה או אצל היחצן בלי שאיש קורא אותם?

1. **התמקדו ברעיון הגדול:** האוסף המתיש של כללי הדיווח של ה-GRI משכיח לעתים את הרעיון הגדול – אותו דגל שהחברות רוצות להניף ולברל את עצמן באמצעותו. אסור שכל הדו"חות החברתיים ייראו דומים – או באמת לא תהיה סיבה לקרוא אותם.

2. **אל תדברו למשוכנעים:** כברנה'ה של האחריות התאגידית יש קו דים ויש ז'רגון. מאחר שהמטרה היא גם שינוי חברתי, מומלץ לפרוץ את המסגרת ולדבר בשפה ובמסרים פתוחים יותר.

3. **מסרים בגובה העיניים:** מומלץ לתת דוגמאות ומסרים פשוטים. למשל, איך אנחנו עוררים לאיכות הסביבה דרך הרכב, המשדר הבית שלנו, ופחות לדבר על הקוטב והתחממות הקרחונים.

4. **הניעו ואפשרו לפעול:** השאירו עוגנים לפעולת הקוראים – להתנדב, לתרום, לשמור על הסביבה ועוד. לא כדאי ליצור הרגשה שאתם פועלים ואחרים והשאר פסיביים. חשוב גם לתת טיפים מעשיים, זה תמיד עוזר.

5. **צרו הזדהות ואמפתיה:** תנו דוגמאות מרגשות של אנשים ובעלי חיים, ולא רק גרפים ונתונים.

6. **תמונות במקום אלף מילים:** יש אנשים שאינם מסוגלים לעבד מלל רב וגם אין להם זמן. עשו שימוש מושכל בתמונות כשזה אפשרי.

7. **דוגמה אישית:** עשו וברקו בעצמכם לפני שאתם מספרים או מרווחים. אל תדברו על היסכון בחשמל אם לא החלפתם את הנורות, אל תרווחו על התנדבות אם לא התנדבתם בעצמכם. השתמשו באינטרנט כדי לחסוך בכמות הנייר.

8. **דברו על הדברים המהותיים והאמיתיים:** הימנעו מגרין ווש. הקוראים והשועמים שלכם אינטליגנטיים. אל תדברו על תרומה לזכרה להגנת הטבע אם אתם מפעל מזהם, אל תדברו על תרומה לקהילה אם אתם מפטרים עובדים.

9. **תנו לעצמכם פידבק:** היו אמיצים ותגידו מה צריך לשפר אצלכם, איפה פישלתם ומה היעד שלכם לשינה הבאות.

10. **בקשו פידבק:** חלק מהעקרונות המובילים באחריות תאגידית הם תחשבות בצרכים של מחזיקי עניין. בקשו לקיים עםם דיאלוג לגבי נושאים רלבנטיים להם, ערכו אותם בתהליך הכתיבה ובקשו תגובות והצעות לשיפור או מנגנון למעקב.

הכותב הוא מנכ"ל Good Vision, יועצים לאחריות תאגידית

קמפיין סביבתי

חגי לוי

נמר של נייר



משרד הפרסום: Sudler & Hennessey, Mumbai

בשבוע שעבר פרסמנו כאן קמפיין סביבתי מדובאי, שקרא לחסוך בנייר בחוד השי רותים כדי להציל יערות. הפעם הנושא מותחף מוויזות אחרת – הפגיעה בבעלי החיים שנגרמת כתוצאה מכריתת בתי הגידול שלהם. יוצרי הקמפיין הזה, שהת פרסם בהודו בחודש שעבר, הציבו לעצמם מטרה מאתגרת: שינוי הרגל בסיסי של עובדי משרדים להדפיס כמויות גדולות של דפים שלא לצורך. המטרה כאן היא לגרום לאנשים לחשוב פעמיים לפני שהם מרפסים, כי כל נייר מוגלגל שמשולך לפח הוא עוד מסמך בארון המתיש של חזית בר כלשהו.