



# FONDATION GUILÉ

Business Case für verantwortungsvolle  
Globalisierung

...

Business Case for Responsible Globalisation

...

Entreprise et Mondialisation : Comment par-  
venir à une gestion responsable



## DIE STIFTUNG GUILÉ

Die Globalisierung verlangt nach Antworten im Bereich der unternehmerischen Ethik. Der Umgang mit solch ethischen Herausforderungen steht im Zentrum der Stiftungsaktivitäten. Die Stiftung will mit ihrem Programm Entscheidungsträger aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft unterstützen, diese Herausforderungen zu bewältigen und Antworten auf brennende Fragen zu finden. Dabei geht es beispielsweise um Fragen wie: Unter welchen Bedingungen können Unternehmen aus dem Spannungsfeld Wettbewerbsfähigkeit und Verantwortung zusätzliche Mehrwerte schaffen? Wie kann eine „Verantwortungskultur“ am besten im Unternehmen verankert werden?

Wie können Unternehmen in aufstrebenden Märkten mit noch instabilem institutionellem Umfeld Fuss fassen und nachhaltig wachsen? Welche Fähigkeiten brauchen Führungskräfte angesichts der neuen Herausforderungen der Globalisierung?

Kompass für das Stiftungsprogramm sind die 10 Prinzipien des Global Compact der UNO, mit welcher die Stiftung seit 2006 eine Zusammenarbeit pflegt.

Die Geschichte der Stiftung Guilé beginnt 1931, als Léon Burrus, Mitinhaber und Geschäftsführer der Firma F.J. Burrus, und seine Gattin Marguerite in Boncourt (Kanton Jura) ein neues Familiendomizil bauen. Dieser Ort wird zu einem Ort der Reflexion und der Begegnung: die Domaine de Guilé. 1997 schlagen Charles Burrus, Sohn von Léon, und seine Gattin Nado ein neues Kapitel von Guilé auf. Mit der

Gründung der Stiftung Guilé soll die jahrelange Tradition des Ortes fortgeführt werden - die aktive Auseinandersetzung mit den Spannungsfeldern einer globalisierten Welt, in welcher Entscheidungsträger sich bei der Umsetzung einer Strategie der Nachhaltigkeit bewegen. Die Überzeugung der Stifter, dass angesichts der Globalisierung das Respektieren ethischer Grundwerte eine strategische Notwendigkeit für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens ist, gibt die Richtung der Stiftungsaktivitäten vor. Die Stiftung kann dabei auf einer wertorientierten Tradition der erfolgreichen Unternehmerfamilie aufbauen.

Die Stiftung Guilé hat drei zentrale Aktivitätsfelder:

- Das Seminarprogramm, welches den aktiven Erfahrungs- und Meinungsaustausch unter Entscheidungsträgern mittels Fallstudien und offenen, professionell moderierten Debatten fördert.
- Die Stiftung ist Investor und Initiant des Guilé European Engagement Funds. Der Fonds investiert in europäische Unternehmen, welche den Global Compact der UNO unterzeichnet haben. Mit einem spezifisch entwickelten Benchmarking Instrument unterstützt sie die Unternehmen, ihre diesbezüglichen Verpflichtungen noch besser umzusetzen.
- Die Domaine de Guilé, welche heute als Seminar- und Tagungszentrum zur Verfügung steht. Die moderne Infrastruktur sowie die exklusive Anlage – gut erreichbar mit öffentlichen Verkehrsmitteln und PW – garantieren Diskretion und schaffen ein inspirierendes Umfeld.

## KONTAKT

Dr. Barbara Rigassi  
c/o BHP – Bruggen und Partner AG  
Lagerstrasse 33  
Postfach 3977  
CH-8021 Zürich

Tel. +41 44 299 95 90  
Fax +41 44 299 95 81  
barbara.rigassi@guile.net

**Fondation Guilé**  
Route du Mont-Renaud 19-21  
CH-2926 Boncourt

Tel. +41 32 475 23 23  
Fax +41 32 475 23 43

## PROGRAMM DER FONDATION GUILÉ

Issue Mapping – Managing Emerging Risks .....	4
Doing Business in Fragile Economies – La République Démocratique du Congo .....	6
Dealing with Values and Behaviours in Diverse Cultural Contexts.....	8
Glaubwürdigkeit – Schlüsselement für ein erfolgreiches Stakeholder Management .....	10
Supply Chain Management: the Borderline of Responsibility .....	12
Doing Business with the Poor and for the Poor – The Shakti Project of Hindustan Unilever Ltd. ....	14

## VORANKÜNDIGUNG UNGC LERNPLATTFORM VERANSTALTUNGEN

Corporate Responsibility in China: Human Rights and Labour Standards .....	17
Reporting oder der Umgang mit Commitments: Glaubwürdige Kommunikation nach innen und aussen.....	17
Corporate Responsibility Tools: Instrumente für verantwortungsbewusste Geschäftsführung .....	17
Anmeldetalon .....	19

*Die Seminare finden in der Sprache gemäss Ausschreibung statt.*

# Issue Mapping – Managing Emerging Risks



Wirtschaft und Gesellschaft befinden sich im ständigen und zunehmend rasanten Wandel, der längst nicht mehr nur eine Region oder ein Land betrifft. Hinzu kommen neue ökologische Herausforderungen.

Das Seminar will der Frage nachgehen, wie sich solcher Wandel möglichst frühzeitig erkennen und einschätzen lässt. Welchen Einfluss hat er beispielsweise auf die Wettbewerbsfähigkeit, die Reputation der eigenen Unternehmung und wie kann man seine Wichtigkeit einschätzen. Nicht zuletzt geht es auch um die Frage, wie man frühzeitig und effektiv reagieren kann.

## REFERENTEN

### | Matthias Haller |

war viele Jahre als Professor für Risiko-Management und Versicherung an der Hochschule St. Gallen tätig. 1989 gründete er die Stiftung Risiko-Dialog, welche sich mit Risikoproblemen in Industrieländern befasst und zum Ziel hat, den Dialog in Gesellschaft, Industrie und der Finanzdienstleistungsbranche zu verbessern. 1997 wurde er in die European Hall of Fame aufgenommen. Aktuell arbeitet er unter anderem an der Weiterentwicklung integrierter Risiko-Management-Konzepte.

### | René Favre |

war viele Jahre als selbständiger Berater im Bereich von Alternativenergien und bei der Swiss Re zwanzig Jahre als Risk Manager tätig. Ein wichtiger Aufgabenbereich war die Risikofrüherkennung. René Favre hat an der ETH Zürich in Verfahrenstechnik promoviert.

### | Thomas Streiff |

ist Mitglied der Geschäftsleitung und Partner bei BHP – Bruggler und Partner AG. Zu seinen Mandatsschwerpunkten zählt die strategische Beratung von multinationalen Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeits- und Corporate Responsibility Prinzipien. Vor seiner Tätigkeit bei BHP leitete er die Koordinationsstelle für Nachhaltigkeit von Swiss Re. Zudem war er als technischer Berater und Projektkoordinator in der Entwicklungszusammenarbeit tätig. Thomas Streiff hat an der ETH Zürich Agrarwissenschaften studiert und anschliessend promoviert.

## DATUM/DAUER

10./11. März, Mittag bis Mittag

## SPRACHE

Deutsch/Französisch/Englisch

## VERANSTALTUNGsort

Raum Zürich

## KOSTEN

CHF 1400.- inklusive Übernachtung, Mahlzeiten und Kursdokumentation

## KERNFRAGEN

- Wie kann ich frühzeitig Themen resp. Veränderungen im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld erkennen, die meine Wettbewerbsfähigkeit und/oder Reputation beeinflussen?
- Wie kann ich die Wichtigkeit, d.h. Eintretenswahrscheinlichkeit und Ausmass dieser Issues/potentiellen Veränderungen beurteilen?
- Wie kann ich diese Herausforderungen effizient und effektiv bewältigen?

## ZIELSETZUNGEN

Wandel früh erkennen und einschätzen sowie Instrumente zur Bewältigung kennen lernen.

## METHODIK

- Vorstellen von Methoden zur Identifikation sowie Mapping potentieller Issues
- Industriespezifisches Fallbeispiel z.B. Lebensmittel- und/oder Pharmazeutische Industrie (allenfalls 2 parallele Workshops): Identifikation, Ranking und Mapping von Issues
- Entwicklung von issues-spezifischen Risikomanagement-Strategien
- Präsentation und Challenging der Resultate durch andere Gruppe resp. Facilitators

## TEILNEHMERKREIS

GL-Mitglieder von MUs, v.a. CEOs, CROs, CFOs, und Verantwortliche aus Risiko- und Qualitätsmanagement, Kommunikation; maximal 14 Teilnehmende. Die Gespräche sind vertraulich.

# Doing Business in Fragile Economies – La République Démocratique du Congo



La République Démocratique du Congo (RDC) a connu des décennies de gestion économique désastreuse, de corruption, de violations des droits humains et de luttes sanglantes. Cinq ans après la première élection démocratique d'un gouvernement, Joseph-Désiré Mobutu a pris le pouvoir suite à un putsch. Au cours des 32 ans de dictature qui s'en sont suivis, les valeurs morales de la société ont changé durablement. Ceux qui participaient aux activités de corruption étaient admirés et cités en exemple. Le conflit sanglant entre 1996 et 2003 n'a apporté aucun changement à cet égard. Les violations des droits humains qui sont restées impunies dans la plupart des cas, sont encore quotidiennes dans ce pays riche en ressources naturelles. Les infrastructures, l'administration et l'économie sont dans un état déplorable, les provinces de l'Est, riches en matières premières, sont pillées entre autres par les pays voisins. Et pourtant, l'intérêt d'investisseurs étrangers pour la RDC renaît progressivement. Comment faire des affaires de façon responsable dans un tel contexte ? Des experts vous invitent à dialoguer sur le sujet.

## INTERVENANTS

### | Ingo Badoreck |

est responsable pour l'Afrique de l'ouest et l'Afrique centrale à Afrika-Verein (Association Afrique), l'association du commerce extérieur des entreprises et des institutions allemandes. M. Badoreck a dirigé le bureau de la Fondation Konrad-Adenauer à Kinshasa, RDC, d'avril 2002 à octobre 2005 ; il y a également dirigé un programme de droit public européen. D'avril à novembre 2006, il a accompagné des partis politiques dans le processus électoral au Congo en tant qu'expert de la division politique de la mission de paix de l'ONU (MONUC).

### | Ernst A. Brugger |

est CEO de BHP - Brugger und Partner AG, et, entre autres, membre du conseil d'administration de Precious Woods depuis 2004, où il préside le comité d'organisation. Il est également membre de leur comité stratégique. En mars 2007, Precious Wood a acquis une participation minoritaire dans Nordsudtimber (NST) en RDC. Les filiales de NST ont depuis lors commencé à préparer une certification du bois selon les critères FSC.

### | Philippe Grobéty |

Swisscham Africa, est actuellement délégué en Suisse pour la RDC. Il a passé 25 ans (1982-2006) en Afrique pour le compte d'une multinationale suisse (pharmacie, agrochimie, chimie industrielle), en tant que Directeur Général et membre des conseils d'administration de ses sociétés industrielles et commerciales.

### | Joseph Amisi Matongo |

est actuellement Directeur Général Adjoint du Cadastre Minier en RDC. Auparavant, il a été Directeur de Cabinet du Ministre de l'Economie, Conseiller du Ministre des Finances, Directeur de la Banque Centrale. Il est économiste de formation (Université de Louvain en Belgique).

## DATE

10 avril 2008, vers 17 heures

## LANGUE

Français

## LIEU DU SÉMINAIRE

Genève

## FRAIS D'INSCRIPTION

CHF 200.- dîner inclus

## QUESTIONS CENTRALES

- Comment une entreprise peut-elle entreprendre des activités dans un pays tel que la RDC sans renier ses convictions morales, ses chartes d'entreprises et son code de conduite ?
- Quels sont les facteurs de risques principaux ?
- Comment bâtir des relations commerciales sur le long terme, tout en contrastant la culture de la corruption ?
- Dans quelle mesure des pratiques responsables, qui fonctionnent en RDC, peuvent-elles être appliquées dans d'autres pays en crise ?

## OBJECTIFS

En se basant sur l'exemple de la RDC, identifier et analyser les risques possibles de sa propre entreprise ; se familiariser avec les instruments et les stratégies à appliquer au quotidien.

## MÉTHODOLOGIE

- Exposés introductifs
- Table-ronde et discussion avec le public

## PARTICIPANT/ES

Cadres d'entreprises qui travaillent actuellement dans des pays politiquement instables ou qui prévoient de s'y rendre.

# Dealing with Values and Behaviours in Diverse Cultural Contexts



## ETHICAL DILEMMAS IN INTERNATIONAL BUSINESS – HOW TO HANDLE THEM?

Small and medium-size transnational companies are often faced with challenging interpersonal situations when starting new business in a culturally and socially unfamiliar environment. Mainly due to capacity reasons they are not in a position to adequately prepare their staff in charge of exploring a new market. Quite often, they face situations in which they have to rely purely on trust and shared information with local partners. In such new business environments actors are confronted with cultural differences and unbalanced power relations. In many cases, they start operating in contexts that are particularly characterized by a hard to disentangle mixture of formal and informal networks, affiliations and loyalties.

## IN COOPERATION WITH UNGC LEARNING PLATFORM FOR SWISS SMES

## SPEAKERS

### | Thomas Streiff |

is partner with BHP – Brugger and Partners Ltd. His fields of expertise cover the strategic consulting and coaching of large national and multinational companies in shaping and integrating the principles of corporate responsibility. He advises clients of the public and private sector in implementing sustainability reporting and in planning, managing and documenting complex multi-stakeholder processes. For many years he headed the Group Sustainability Management unit of Swiss Re and worked earlier as technical advisor and project coordinator in the field of development cooperation in Eastern Africa and India.

### | Christoph Stückelberger |

is Professor of Ethics at the University of Basel with main research and consulting experience in business ethics. He is the Founder and President of Globethics.net, heads the Institute for Theology and Ethics of the Federation of Swiss Protestant Churches. He was Founder and former President of the Swiss section of Transparency International, a global network combating corruption. As visiting lecturer and being involved in a variety of different public-private fair-trade initiatives, he is familiar with business in emerging and developing countries. He is the author of different publications, among others of the book “Global Trade Ethics” (2001), which was released in a Chinese translation in 2006.

### | Yahya Widjaya |

is Professor of Ethics, specialized in business ethics, at the renowned Duta Wacana Christian University in Yogyakarta, Java/Indonesia. He is Founder and Head of the University's Centre for Business Ethics. He conducted several studies on business ethics in Indonesia and Great Britain. Dr. Yahya Widjaya did his MA at the University of Princeton (USA) and in 2002, he received his doctoral degree from the University of Leeds (NL) with a thesis on “Business, Family, Religion”, analyzing a Chinese-Indonesian company. He is a member of Globethics.net.

## DATE/LENGTH

You have got the choice:

Either: 24th/25th April 2008,  
lunch to lunch

Or: 13th/14th November 2008,  
lunch to lunch

## LANGUAGE

English

## PLACE

1st seminar: Berne area

2nd seminar: Domaine de Guilé,  
Boncourt

## FEE

CHF 1400.-, accomodation, meals, beverages and course documentation included

## CRUCIAL QUESTIONS

- How to identify ethically critical situations when interacting with partners, suppliers or customers in foreign cultural settings?
- How to act and behave in such situations, in a responsible and ethically defensible manner?
- What are the implications for building business relationships, for establishing agreements?
- How to make sure that compliance with one's own ethical commitment and corporate standards is maintained, especially for the purpose of obtaining a “license to operate”?

## AIM

Participants are able to identify and address socio-cultural dilemmas

## METHODS

- Role play
- Interactive analysis of a business case (exclusively prepared for this seminar by the Indonesian expert in business ethics, Professor Yahya Widjaya)

## PARTICIPANTS

Employees of small and medium-sized transnational companies who want to be better prepared facing ethical dilemmas working in culturally and socially unfamiliar environments; maximum of 14 participants

# Glaubwürdigkeit – Schlüsselement für ein erfolgreiches Stakeholder Management



Glaubwürdigkeit ist eine zentrale Ressource im unternehmerischen Alltag. Wer glaubwürdig ist, kann sich in Verhandlungen mit Stakeholdern Handlungsspielräume eröffnen. Im herkömmlichen Verständnis des Stakeholder Managements steht die Vermeidung von Risiken im Vordergrund. Die von Prof. Sybille Sachs entwickelte „Stakeholder View“ setzt den Fokus hingegen auf den Nutzen, der in den Beziehungen mit strategischen Anspruchsgruppen liegt. Gelingt es einer Firma dieses Potential auszuschöpfen, kann sie sich Wettbewerbsvorteile schaffen. Win-Win-Lösungen für Unternehmer und Stakeholder sind dann möglich, wenn die Erwartungen der verschiedenen Stakeholder frühzeitig erkannt und in der Unternehmensstrategie berücksichtigt werden.

## REFERENTEN

### | Hans H.P. Groth |

ist Mitglied der Geschäftsleitung bei Pfizer Schweiz. Als Director Health Care Policy ist er für die Unternehmensbereiche Gesundheitspolitik, Arzneimittelzulassung und die Kassenzulässigkeit von Arzneimitteln verantwortlich. Des Weiteren war er bei Pfizer schwerpunktmässig für klinische Forschung, Marketing & Vertrieb sowie Gesundheitspolitik und Interaktionen mit Regierungsbehörden zuständig.

### | Sybille Sachs |

ist Leiterin des Center for Strategic Management: Stakeholder View an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) sowie Titularprofessorin an der Universität Zürich. Sie verfügt über jahrelange Erfahrung in der Forschung und Beratung zum Stakeholder Management und gilt in diesem Bereich als eine der führenden Expertinnen. Internationale Anerkennung erlangte sie insbesondere für das gemeinsam mit J. Post und L. Preston veröffentlichte Buch „Redefining the Corporation. Stakeholder Management and Organizational Wealth“.

### | Thomas Streiff |

ist Mitglied der Geschäftsleitung und Partner bei BHP – Brugger und Partner AG. Zu seinen Mandatsschwerpunkten zählt die strategische Beratung von multinationalen Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeits- und Corporate Responsibility Prinzipien. Vor seiner Tätigkeit bei BHP leitete er die Koordinationsstelle für Nachhaltigkeit von Swiss Re. Zudem war er als technischer Berater und Projektkoordinator in der Entwicklungszusammenarbeit tätig.

## DATUM/DAUER

15./16. Mai 2008, Mittag bis Mittag

## SPRACHE

Referate/Input: Deutsch  
Diskussion: Französisch und Deutsch

## VERANSTALTUNGSORT

Zürich

## KOSTEN

CHF 1200.- für Einzelpersonen;  
CHF 2000.- für zwei Personen aus der gleichen Firma

Inklusive Abendessen  
und Kursdokumentation

## KERNFRAGEN

- Wer sind die für mein/unser Unternehmen relevanten Anspruchsgruppen?
- Wie implementiere/n ich/wir ein glaubwürdiges Stakeholder Management, welches der Firma und den Anspruchsgruppen Vorteile bringt?

## ZIELSETZUNGEN

- Standortbestimmung Ihres Unternehmens
- Identifizierung der für Ihre Firma relevanten Stakeholder
- Evaluation der Wichtigkeit von Glaubwürdigkeit in der Interaktion mit diesen Stakeholdern
- Kennenlernen möglicher Lösungswege für die strategische und organisatorische Einbettung eines glaubwürdigen Stakeholdermanagements

## METHODIK

- Lern- und Dialogplattform
- Sparring Partner
- Show Case
- Diskussion und Klärung von Fragen mit Fachpersonen aus Wirtschaft und angewandter Forschung

## TEILNEHMERKREIS

Das Programm richtet sich primär an Mitglieder des mittleren und höheren Managements, die über mehrjährige Erfahrung in ihrem Unternehmen verfügen. Durch die Teilnahme von idealerweise zwei Personen aus derselben Unternehmung, beispielsweise GeschäftsführerIn und Kommunikationsverantwortliche/r, kann die Standortbestimmung aus einer breiteren Perspektive vorgenommen werden; maximal 14 Teilnehmende. Die Gespräche sind vertraulich.

# Supply Chain Management: the Borderline of Responsibility



Die Frage der Verantwortlichkeiten entlang der Wertschöpfungskette erhält mit zunehmend komplexen, globalen Produktionsprozessen immer grössere Bedeutung für die strategische Unternehmensführung. Gut bekannte Marken sind in den letzten Jahren von Seiten verschiedener Stakeholder wie Medien und Konsumenten massiv unter Druck geraten, ihre Lieferantenbeziehungen unter Berücksichtigung neuer, zusätzlicher Kriterien zu überprüfen. Ein auf den Grundsätzen der verantwortungsvollen Unternehmensführung (Corporate Responsibility) basierendes Supply Chain Management (SCM) kann den Unternehmenswert nachhaltig steigern: Wie und unter welchen Voraussetzungen ist dies möglich?

Anhand von Praxisbeispielen soll aufgezeigt und diskutiert werden, wo die Chancen und Risiken von „gutem“ Supply Chain Management liegen. Weiter soll der Frage nachgegangen werden, wie sich die Grenzen der Verantwortlichkeit von Lieferanten und Kunden feststellen lassen. Aus verschiedenen Fallstudien sollen die Teilnehmenden konkrete Hinweise erhalten, wie das Verständnis für ökonomische, soziale und umweltbezogene Auswirkungen von komplexen Wertschöpfungsketten im Unternehmen gefördert werden kann.

## IN ZUSAMMENARBEIT MIT DER UNGC LERNPLATTFORM

### REFERENTEN

#### | David Pritchett |

is a Manager in the Swiss Sustainability team in PricewaterhouseCoopers. He is a sustainability consultant and economist with professional experience in identifying, quantifying and mitigating sustainability-related risks. Since joining PricewaterhouseCoopers in 1998, he has been involved with projects enabling clients to realise improved sustainability in performance, supply chain management and improved stakeholder perception.

#### | Bernhard Moeri |

ist Social Compliance Officer beim Migros Genossenschaftsbund (angefragt)

*Weitere Referenten werden angefragt.*

### DATUM/DAUER

25./26. September 2008,  
Mittag bis Mittag

### SPRACHE

Referate: Deutsch und Englisch  
Diskussion: Deutsch und Englisch

### VERANSTALTUNGSORT

Domaine de Guilé, Boncourt

### KOSTEN

CHF 1400.- inklusive Übernachtung,  
Mahlzeiten und Kursdokumentation

### KERNFRAGEN

- Welchen Mehrwert erzielt das Unternehmen durch ein „gutes“ Supply Chain Management? Welche Chancen eröffnen sich und unter welchen internen und externen Voraussetzungen?
- Welches sind die Eckwerte für die Entwicklung einer SCM-Policy, inhaltlich/konzeptionell und organisatorisch?
- Welche Instrumente sind für die strategische Umsetzung und die interne Verankerung angemessen?

### ZIELSETZUNGEN

Den Teilnehmenden wird ein konzeptioneller Überblick über die Integration von Corporate Responsibility und Supply Chain Management vermittelt. Sie erhalten konkrete Hinweise wie ein Corporate Responsibility-basiertes Supply Chain Management entwickelt werden und wie dieses im Unternehmen wirkungsvoll umgesetzt werden kann.

### METHODIK

- konzeptioneller Input
- Case Studies
- Bearbeitung von konkreten Fallstudien in Arbeitsgruppen

### TEILNEHMERKREIS

Mitglieder der Geschäftsleitung, Kaderpersonen, Procurement Officers; maximal 14 Teilnehmende. Die Gespräche sind vertraulich.

## Doing Business with the Poor and for the Poor - The Shakti Project of Hindustan Unilever Ltd.



Project Shakti is a unique win-win initiative in which social development is complemented by business viability. In partnership with Self Help Groups (SHGs), Hindustan Unilever Limited (HUL) creates livelihood opportunities for underprivileged women in rural India by training and equipping them to sell HUL products to households in their communities. HUL gains through increased distribution reach of its products in hitherto inaccessible markets, while the women create micro enterprises for themselves.

This project was initiated in 2001 in the state of Andhra Pradesh, and has since been scaled up to over 7,000 Shakti Entrepreneurs, covering 22,000 villages in 12 states. On an average, Shakti Entrepreneurs are able to net a monthly profit of 700 – 1000 rupees (US\$ 15 – 22). HUL has partnered with respective State Governments and a large number of NGOs across the country in the implementation of this initiative. With the physical network in place, HUL is seeking to play a greater role in the community development through this initiative. Apart from selling products, the Shakti Entrepreneurs are also trained to disseminate information on good health and hygiene practices within the community. In addition, HUL has initiated pilots of education with NGOs in the area, partnered with insurance companies to sell rural insurance products, and is evaluating the use of ICT to provide economic and socially relevant information to the community through 'i-Shakti'.

Project Shakti contributes to the achievement of the United Nations Millennium Goals by empowering women, promoting gender equality, and reducing poverty and hunger. Project Shakti's vision is to have 100,000 Shakti Entrepreneurs covering 500,000 villages, and impacting 100 million households by 2007.

### SPEAKERS

#### | Vijay Sharma |

Business Head Shakti Project, Hindustan Lever Ltd. He entered the Indian Institute of Technology in Delhi in 1989. Since 1996, he has been with Hindustan Lever. He started his career in sales, and moved into marketing and brand management functions in 1999. His work with trade, consumer activists and NGO groups since 1998 left a big impression on him. In 2005 he took on the role of business head of Project Shakti. Since then, his focus has been on leveraging the power of businesses to drive development for communities by working out win-win solutions. (tbc)

#### | Bernard Imhasly |

studied and taught Linguistics and Ethnology at the University of Zurich. He has been living in India since 1984, was working for the diplomatic corps of Switzerland and has been writing – as correspondent for Southern Asia – for the “Neue Zürcher Zeitung”, the “taz” and the “Presse”. (tbc)

---

#### DATE

March/April 2008  
Starting around 17 h

#### LANGUAGE

English

#### PLACE

Zurich

#### FEE

CHF 200.- dinner included

---

#### CRUCIAL QUESTIONS

- Can the retail industry galvanise rural development by partnering with local self help groups (SHGs) in product distribution? What is the business case for the retail sector's involvement?
- What are the benefits for SHGs besides generating more income? Does this distribution system also help to improve the livelihood of rural consumers?
- If successful, can this partnership based model be extended to the provision of products and services in agriculture, health, insurance and education?
- Could this help to build a self-sustaining virtuous cycle of growth? If yes, what is required to make this partnership based retail model replicable?

#### AIM

Presentation and discussion of the Shakti Project

#### METHODS

- Input Representative of Hindustan Unilever Ltd.
- Challenger Input
- Panel Discussion

#### PARTICIPANTS

Highly ranked officials, business people and representatives of civil society organisations



In Kooperation  
mit der Fondation Guilé



## Vorankündigung UNGC Lernplattform Veranstaltungen



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

the **sustainability**  
forum *zürich*

Die UNGC Lernplattform ist eine Initiative des Eidgenössischen Departements für auswärtige Angelegenheiten (Politische Abteilung IV) und The Sustainability Forum Zürich. Im Zuge verschiedener Dialogveranstaltungen im Themenbereich "Unternehmerische Verantwortung" werden die Prinzipien des UN Global Compact, deren Relevanz für Schweizer KMUs und Lösungen zur Integration in die Geschäftsabläufe diskutiert. Partner in diesem Dialogprozess sind auch multinationale Unternehmen.

Der UN Global Compact (UNGC) ist eine wichtige Initiative zur freiwilligen Verpflichtung und Selbstregulierung. Mit seinen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Korruption hat er das Potenzial, sich als weltweit integrativste Bewegung zur Entwicklung freiwilliger Beiträge von Unternehmen für eine nachhaltigere und gerechtere Weltwirtschaft zu etablieren ([www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)).

Die Lernplattform setzt sich allgemein zum Ziel, proaktives Handeln auf Unternehmerseite zu stärken sowie praktische Managementlösungen zu entwickeln. Langfristige Reputationsüberlegungen und Wettbewerbsstrategien machen es in einem sich ständig verändernden Kontext nötig, dass sich global tätige Unternehmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusster werden und lernen, mit den jeweiligen Herausforderungen praktisch umzugehen. Der Weg dorthin führt über einen dynamischen Lernprozess, der die Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnisses von „Corporate Responsibility“-Praktiken ermöglicht.

In erster Linie richtet sich die UNGC Lernplattform an Schweizer KMUs, aber auch an Grossunternehmen, die in Entwicklungs- und/oder Schwellenländern tätig sind - oder es werden möchten. Ziel der Plattform ist ein offener Wissens- und Erfahrungsaustausch mit hohem Praxisnutzen für die einzelnen Unternehmen.

Corporate Responsibility in China:  
Human Rights and Labour Standards

**DATE**  
May/June 2008

**PLACE**  
Berne

**PARTNER**  
Amnesty International (Swiss section)

Reporting oder der Umgang  
mit Commitments: Glaubwürdige Kommunikation nach innen und aussen

**DATUM**  
Zweite Hälfte Mai 2008

**ORT**  
offen (bei einem Unternehmen)

**PARTNER**  
Guilé Engagement Team

Corporate Responsibility Tools:  
Instrumente für verantwortungsbewusste Geschäftsführung

**DATUM**  
1. oder 4. Woche November 2008

**ORT**  
offen (bei einem Unternehmen)

**PARTNER**  
Anbieter der verschiedenen Corporate Responsibility-Instrumente, wie Danish Institute for Human Rights



#### KONTAKT

Dr. Barbara Rigassi  
c/o BHP – Brugger und Partner AG  
Lagerstrasse 33  
Postfach 3977  
CH-8021 Zürich

Tel. +41 44 299 95 90  
Fax +41 44 299 95 81  
barbara.rigassi@guile.net

**Fondation Guilé**  
Route du Mont-Renaud 19-21  
CH-2926 Boncourt

Tel. +41 32 475 23 23  
Fax +41 32 475 23 43

#### PREISE

Sämtliche Preise verstehen sich in CHF inkl. MwSt. Die Teilnahmegebühr ist im Voraus zu bezahlen.

#### ANMELDUNG

Anmeldeschluss ist jeweils 20 Tage vor Seminarbeginn.

#### ABMELDUNGEN

Abmeldungen haben schriftlich zu erfolgen und müssen spätestens 20 Tage vor Veranstaltungsbeginn eintreffen. Bei späterer Abmeldung gelten folgende Bedingungen:

Bis 20 Tage vor Seminarbeginn	kostenlos (Teilnahmegebühr wird zurückerstattet)
Bis 10 Tage vor Seminarbeginn	40% der Teilnahmegebühr
Bis 3 Tage vor Seminarbeginn	70% der Teilnahmegebühr

Ein/e Ersatzteilnehmer/in ist uns willkommen.

#### PROGRAMMÄNDERUNGEN

Programmänderungen bleiben vorbehalten. Sollte der Anlass nicht stattfinden, wird die Teilnahmegebühr zurückerstattet. Sie werden spätestens 20 Tage vor Seminarbeginn informiert. Weitere Ansprüche können nicht geltend gemacht werden.

## Anmeldetalon

Ich melde mich für folgende Veranstaltung(en) der **FONDATION GUILÉ** an:

- Issue Mapping, 10./11. März
- Fragile Economies, RD Congo, 3 avril
- Ethical Dilemmas, 24th/25th April
- Stakeholder Management, 15./16. Mai
- Supply Chain Management, 25./26. September
- Ethical Dilemmas, 13th/14th November

Ich bin interessiert an einer Teilnahme an folgende(n) Veranstaltung(en). Bitte senden Sie mir weitergehende Informationen.

- The Shakti Project of Hindustan Unilever Ltd.: March/April
- Corporate Responsibility in China: Human Rights and Labour Standards: May/June
- Reporting oder der Umgang mit Commitments: Glaubwürdige Kommunikation nach innen und aussen: Zweite Hälfte Mai
- Corporate Responsibility Tools: Instrumente für verantwortungsbewusste Geschäftsführung: 1. oder 4. Woche November

Name, Vorname \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Strasse \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Ich verpflichte mich, die Inhalte der Veranstaltungen vertraulich zu behandeln.

Datum, Ort \_\_\_\_\_

Unterschrift \_\_\_\_\_

#### ANMELDUNG UND WEITERE INFORMATIONEN:

**Kontakt:** Dr. Barbara Rigassi  
Telefon +41 44 299 95 90 | barbara.rigassi@guile.net

Adresse passend für Fenstercouvert

FONDATION GUILÉ

Dr. Barbara Rigassi  
c/o BHP – Bruggler und Partner AG  
Lagerstrasse 33  
Postfach 3977  
8021 Zürich

FONDATION GUILÉ

Dr. Barbara Rigassi  
c/o BHP – Bruggler und Partner AG  
Lagerstrasse 33  
Postfach 3977  
8021 Zürich