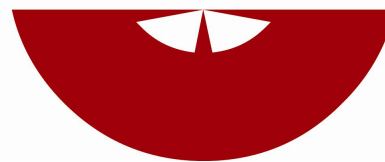


Cena za dlhodobý pozitívny vplyv podniku na spoločnosť a okolitú komunitu



Cena za dlhodobý pozitívny vplyv podniku na spoločnosť a okolitú komunitu oceňuje strategický prístup firmy k darcovstvu, jej ciele a aktivity. Nominované môžu byť veľké i malé firmy, ktoré dlhodobo robia niečo pozitívne pre svoje okolie nad rámec bežného podnikania a ktoré veria, že svojím príkladom môžu inšpirovať ďalších.

V tejto kategórii oceňujeme:

- celkový vplyv firmy počas dlhšieho obdobia, aspoň 3 rokov, čiže pri hodnotení sa dôraz nekladie len na aktuálny rok;
- konzistentnú podporu vybranej témy alebo tém, kedy viacročný príspevok firmy pomáha prinášať reálnu pozitívnu zmenu v živote miestnej alebo širšej komunity. Aj keď dlhodobá podpora jedného partnera má veľký význam z hľadiska stabilného rozvoja a istoty príjemcu, pri nominácii nemusí ísť len o dlhodobú pomoc jednej organizácii, ale o systematickú podporu rovnakej témy, ktorú môže riešiť i viac partnerov;
- strategický a premyslený prístup, ktorý vedie k maximálnemu reálnemu dopadu na okolie alebo spoločnosť v rámci danej témy či pomoci cieľovej skupine, sledovanie a vyhodnocovanie tohto dopadu a snaženie sa o jeho udržateľnosť;
- výšku daru z vlastných zdrojov a rôzne formy podpory vzhľadom k veľkosti firmy (počtu zamestnancov a zisku). Firma môže nominovať i projekt, pri ktorom využila ako jeden zo zdrojov podpory i 2% z dane, ale v tomto prípade musí bližšie popísať i výšku vlastného vkladu, napr. vo forme času zamestnancov, ktorý venovali efektívnemu využitiu asigovaných prostriedkov;
- úprimnosť daru, kde hlavnou motiváciou je charitatívna pomoc či investícia do komunity, a nie prvoplánový komerčný zámer (sponzoring, viditeľnosť značky, bezprostredné zvýšenie predaja, atď.). Je však úplne legitímne a v súlade s úmyslom ocenenia, ak má filantropická pomoc i sprievodné pozitívne benefity pre firmu, napr. zlepšenie firemnej kultúry, dobrý pocit zamestnancov, ich hrdosť a lojalitu k firme, zlepšenie dobrého mena firmy na verejnosti a lojalitu zákazníkov a pod. Prínos pre firmu však nesmie prevážiť motiváciu pomôcť komunitě.