

Popis kategórií cien Via Bona Slovakia za rok 2009

Hlavná cena pre veľké podniky za komplexný prístup k zodpovednému podnikaniu

Ocenenie v tejto kategórii sa udeľuje za komplexný prístup k zodpovednému podnikaniu. V nominačnom hárku firmy charakterizujú nielen svoju stratégiu, ale najmä uskutočnené opatrenia v jednotlivých oblastiach zodpovedného podnikania: ekonomickej

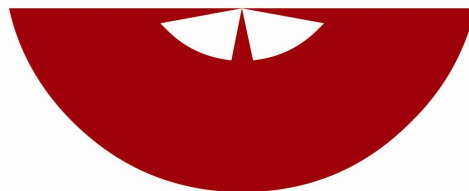
Hlavná cena pre malé a stredné podniky za komplexný prístup k zodpovednému podnikaniu

Ocenenie v tejto kategórii sa udeľuje za komplexný prístup k zodpovednému podnikaniu. V nominačnom hárku firmy charakterizujú nielen svoju stratégiu ale najmä uskutočnené opatrenia v jednotlivých oblastiach zodpovedného podnikania: ekonomickej (pôsobenie na trhu a etika), environ-

Zelená cena za projekt v oblasti životného prostredia

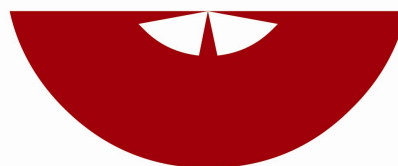
Zelená cena za zodpovedný prístup k životnému prostrediu oceňuje projekty deklarujúce pozitívny a zodpovedný vzťah firmy k životnému prostrediu.

Via Bona Slovakia
Hlavná cena pre veľké podniky za rok 2009



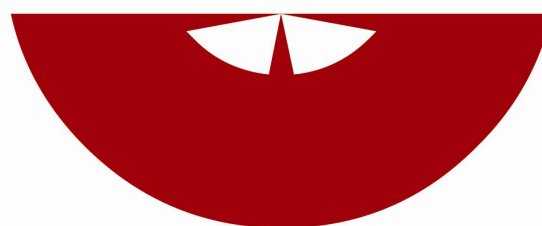
(pôsobenie na trhu a etika), environmentálnej a sociálnej (starostlivosť o zamestnancov, vplyv na komunitu) a samotného manažmentu zodpovedného podnikania a ich prínos. Definícia veľkého podniku je uvedená v bode 10 Štatútu ocenenia.

Via Bona Slovakia
Hlavná cena pre malé a stredné podniky za rok 2009



mentálnej a sociálnej (starostlivosť o zamestnancov, vplyv na komunitu) a samotného manažmentu zodpovedného podnikania a ich prínos. Na určenie malého a stredného podniku sa použije definícia veľkého podniku, uvedená v bode 10 Štatútu ocenenia.

Via Bona Slovakia
Zelená cena za rok 2009



Cieľom ceny je motivovať firmy k:

- redukovaniu negatívnych dopadov podnikania, výrobných procesov, výrobkov a služieb prostredníctvom

zavedenia a zlepšovania environmentálnych manažérskych systémov a implementácie environmentálnych programov (nad rámec vyžadovaný zákonom);

- vytváraní projektov a aktivít zameraných na úsporné a efektívne využívanie energií a materiálov
- realizácii projektov a aktivít zameraných na elimináciu vplyvov na klimatickú zmenu ako napr.: CO₂ management, fleet management, atď.;

- realizácii projektov a aktivít zameraných na efektívnejšie využívanie prvotných a druhotných surovín; napr.: separácia a recyklácia odpadov;
- realizácii projektov a aktivít zameraných na ochranu biodiverzity, chránených oblastí, ohrozenej fauny a flóry;
- zapájaniu zainteresovaných strán zákazníkov, dodávateľov, komunity a verejnosti do týchto projektov a aktivít.

Etická cena za transparentnosť a odstraňovanie korupcie

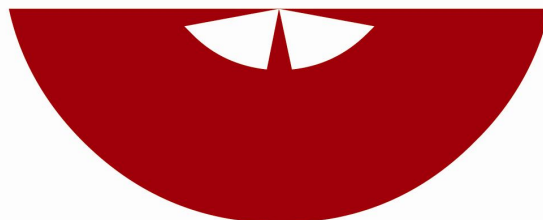
Etická cena sa udeľuje za projekty podporujúce transparentnosť podnikania a odstraňovanie korupcie nad rámec legislatívnych a regulačných požiadaviek.

Cieľom ceny je motivovať firmy k:

- zavádzaniu nástrojov prispievajúcich k nastaveniu a dodržiavaniu zásad etického podnikania a ich pochopenia, monitorovanie a reportovanie ich plnenia; napr. Etický kódex, proces reportovania porušení a konflikt záujmov, tréningy zamestnancov a zavedenie etickej poradne, projekty manažovania nápravných riešení, atď.;
- zavádzaniu etických princípov podnikania do interných a externých

Via Bona Slovakia

Etická cena za rok 2009



procesov firmy; napr.: transparentný proces výberu a hodnotenia dodávateľov, zavedenie etických pravidiel do nákupného procesu, ochrana osobných údajov a zaobchádzanie s dôvernými informáciami, neobmedzovanie hospodárskej súťaže, atď.;

- deklarovaniu zásad a princípov prispievajúcich k transparentnému podnikateľskému prostrediu a k znižovaniu miery korupcie; napr.: verejné stanovisko alebo vyhlásenie CEO, podpis Etického kódexu manažérmi firmy, atď.;
- zapájaniu zainteresovaných strán zamestnancov, zákazníkov, dodávateľov, konkurentov, komunity a verejnosti do týchto projektov a aktivít.

Cena za zodpovedný prístup k zamestnancom

Cena za zodpovedný prístup k zamestnancom oceňuje projekty deklarujúce pozitívny a zodpovedný vzťah firmy voči zamestnancom.

Cieľom ceny je motivovať firmy k:

- vytváraní a zlepšovaní podmienok na ochranu zdravia a bezpečnosti pri práci pre svojich zamestnancov, permanentnému a inovatívnemu vzdelávaniu v oblasti bezpečnosti a ochrany zdravia nad rámec zákona; napr. projekty zvyšovania povedomia, poskytovanie ochranných pomôcok, atď.;
- tvorbe projektov a implementácii procesov a opatrení zabezpečujúcich transparentnosť výberu a rovnosť príležitostí pre rôzne skupiny zamestnancov; napr. projekty zamestnávania marginalizovaných skupín, ktoré sa pohybujú na hranici chudoby, projekty na zvyšovanie rozmanitosti a znižovanie diskriminácie, atď.;

Cena za zodpovedné pôsobenie na trhu

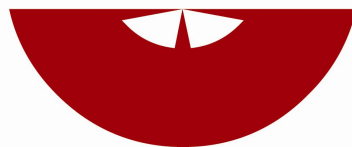
Cena za zodpovedné pôsobenie na trhu oceňuje projekty deklarujúce záujem firmy byť zodpovedným subjektom na trhu.

Cieľom ceny je motivovať firmy k:

- zavádzaniu princípov zodpovednosti a transparentnosti do procesov komunikácie, reklamy a marketingu; napr.: uvedenie princípov transparentného komunikovania produktov a služieb, zavedenie nástrojov chrániacich ohrozené skupiny užívateľov, transparentné reportovanie a komunikovanie interných informácií, atď.;

Via Bona Slovakia

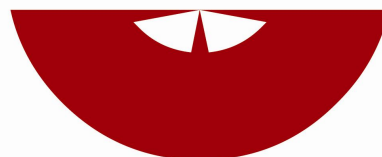
Cena za zodpovedný prístup k zamestnancom za rok 2009



- nastavovaniu transparentných spôsobov hodnotenia a oceňovania zamestnancov;
- zabezpečovaniu neustáleho rozvoja a vzdelávania zamestnancov, ktoré podporuje zamestnanosť; napr. tréningy umožňujúce im osobný rozvoj podľa ich výberu, atď.;
- implementácii projektov umožňujúcich zabezpečenie potreby rovnováhy práce a osobného života zamestnancov; napr. well-being programy, programy zdravotnej starostlivosti, atď.;
- projektom prezentujúcim postoj spoločnosti k zamestnancom v časoch výziev; napr. transparentná komunikácia k zamestnancom, vytváranie prostredia znižujúceho mieru stresu, podpora psychológov, spolupráca pri hľadaní nového uplatnenia, ponuka rekvalifikačných kurzov, atď.

Via Bona Slovakia

Cena za zodpovedné pôsobenie na trhu za rok 2009



- implementácii procesov podporujúcich zodpovedné pôsobenie na trhu v oblasti ekonomickej, etickej a environmentálnej; napr.: eko technológie, zodpovedný prístup k produktom a službám počas ich celého životného cyklu (eko dizajn, zodpovedný packaging, používanie, ukončenie živ. cyklu), environmentálne a CR kritériá nákupu, atď.;
- zavádzaniu inovatívnych produktov a služieb, ktoré prispievajú k udržateľnosti v oblasti sociálnej a environ-

mentálnej; napr.: uvádzanie produktov a služieb pre znevýhodnené skupiny zákazníkov, produktov a služieb s nižšou spotrebou energií, produktov a služieb z materiálov menej zaťažujúcich životné prostredie, atď.;

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.

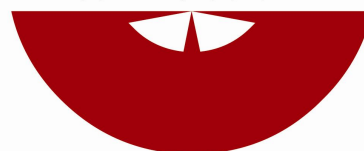
V tejto kategórii oceňujeme:

- 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,

- zapájaniu zainteresovaných strán zákazníkov, dodávateľov, konkurencie, komunity a verejnosti do týchto projektov a aktivít.

Via Bona Slovakia

Cena za dlhodobý pozitívny vplyv podniku za rok 2009



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 asignovaných prostriedkov;
- úprimnosť daru, kde hlavnou motíváciou 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 motíváciu pomôcť komunite.

Cena za odvahu podporiť inovátny projekt v neprebádanej oblasti alebo netradičnou formou

Táto cena má za cieľ poukázať na filantropické projekty realizované v roku 2009 v náročných alebo netradičných témach alebo zaujímavou formou, a tým inšpirovať ďalších k nekonvenčným riešeniam.

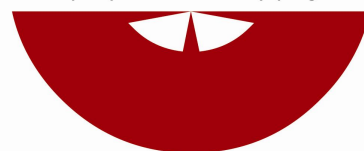
V tejto kategórii oceňujeme:

- odvahu firmy pustiť sa neznámou cestou, podporiť partnera s inovatívnym projektom, ktorý prinesie niečo nové a v dlhodobjšom meradle je možné jeho prínos replikovať a znásobiť;
- odvahu firmy ísť do ťažkých tém, ktoré obvykle darcovia obchádzajú, ale ktorých podpora je spoločensky mimoriadne potrebná;
- 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;

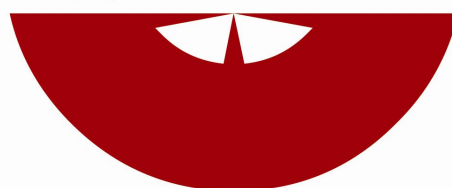
Cena za zapájanie zamestnancov do dobrovoľníckych aktivít

Firmy môžu podporovať svoje okolie nielen finančne, ale znásobovať svoj pozitívny vplyv i venovaním času svojich zamestnancov alebo inšpirovaním zamestnancov k pomoci iným.

Cena za zapájanie zamestnancov do dobrovoľníctva zahŕňa práve takúto angažovanosť firmy v platenom pracovnom čase zamestnancov alebo jej pracovníkov v ich voľnom čase.



- výšku daru z vlastných zdrojov a rôzne formy podpory vzhľadom k veľkosti firmy (počtu zamestnancov a zisku). Firma môže nominovať aj 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 asignovaných prostriedkov;
- úprimnosť daru, kde hlavnou motiváciou je charitatívna pomoc či investícia do komunity, a nie prvoplánový komerčný zámer (sponzoring, viditeľnosť značky, bezprostredné zvýšenie predaja, a pod.). 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 komunite.



V tejto kategórii oceňujeme:

- firmou iniciované a organizované zapájanie zamestnancov, ako sú komunitné dobrovoľnícké dni v pracovnom i voľnom čase, poskytovanie pro bono služieb neziskovým organizáciám, členstvo v správnych radách neziskoviek, programy mentoringu či vzdelávania študentov, znevýhodnených skupín a pod.;

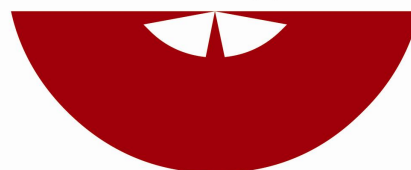
- podporu dobrovoľníckych aktivít zamestnancov cez zamestnanecké grantové programy či ústretové pracovné podmienky, matching (znásobenie) darov zamestnancov na dobrú vec, zapájanie pracovníkov do verejnoprospešných zbierok cez zrážky z miezd a pod.;
- premyslený prístup, ktorý vedie k maximálnemu reálnemu 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 a formy podpory vzhľadom k veľkosti firmy (počtu zamestnancov a zisku)

Čestné uznanie za mediálny prínos

Via Bona Slovakia
Čestné uznanie za mediálny prínos za rok 2009



Špeciálnym ocenením je Čestné uznanie za mediálny prínos v rozvoji zodpovedného podnikania a firemnej filantropie, ktoré udeľuje Nadácia Pontis konkrétnemu žurnalistovi alebo médiu.

Nominovať do tejto kategórie môže ktokoľvek, vrátane konkrétneho novinára alebo celého média, ktoré sa týmto témam venovalo v roku 2009.

Nominovať možno príspevky alebo sériu príspevkov o zodpovednom podnikaní a firemnej filantropii, ktoré zvyšujú povedomie verejnosti o aspoň jednej z týchto tém, alebo verejnosť informujú o konkrétnych aktivitách a riešení v oblasti zodpovedného podnikania a firemnej filantropie.

Cena za inovatívne riešenia sociálnej inklúzie

Cena za inovatívne riešenia sociálnej inklúzie oceňuje projekty, ktorými firma prispieva k sociálnej inklúzii znevýhodnených občanov či skupín obyvateľstva.

Cieľom tejto ceny je motivovať firmy k vyššej spoločenskej angažovanosti:

- tvorbou projektov a implementáciou procesov a opatrení zabezpečujúcich transparentnosť výberu a rovnosť príležitostí pre rôzne skupiny zamestnancov; napr. projekty zamestnávania marginalizovaných skupín, ktoré sa pohybujú na hranici chudoby, projekty na zvyšovanie rozmanitosti na pracovisku a znižovanie diskriminácie, atď.;

- tvorbou projektov, ktoré majú pozitívny vplyv na komunitu a jej súdržnosť;
- spoluprácou s miestnymi inštitúciami, organizáciami mimovládneho sektora a jednotlivcami pracujúcimi s jednotlivcami a skupinami nachádzajúcimi sa v chudobe, v riziku chudoby a v sociálnom vylúčení;
- firemnou filantropiou zameranou na podporu sociálnej inklúzie;
- aktívnym presadzovaním hodnôt podporujúcich sociálnu inklúziu; napr. aktivity v oblasti zvyšovania rodovej citlivosti, boja proti rasizmu, xenofóbie a pod.

Kedže ide o špeciálne ocenenie vyhlásené pri príležitosti Európskeho roka boja proti chudobe a sociálnemu vylúčeniu (2010), cena nemá vlastný nominačný hárok.

Na toto špeciálne ocenenie sa firma môže prihlásiť potvrdením svojej nominácie pri vyplnení nominačných hárkov na jednu alebo viacero z cien (okrem Zelenej ceny).

Táto kategória ocenenia je udelená v spolupráci s Fondom sociálneho rozvoja.

