



Družbeno
odgovorne sinergije

partnerstva • inovacije • spremembe

*Razpis za 4. nagrado Družbeno odgovornih
sinergij*

VSEBINA

1.	PREDSTAVITEV ČETRTE NAGRADE DRUŽBENO ODGOVORNIH SINERGIJ	3
2.	PREGLED PRIJAVNE DOKUMENTACIJE	4
2.1	UPRAVIČENI PRIJAVITELJI	4
3.	PRIJAVNI ROK IN NAČIN PRIJAVE.....	5
3.1	OCENJEVANJE	5
4.	NAMIGI ZA USPEŠNO PRIJAVO	5
5.	KONTROLNI SEZNAM.....	6
6.	MERILA ZA OCENJEVANJE	7

1. PREDSTAVITEV ČETRTE NAGRADE DRUŽBENO ODGOVORNIH SINERGIJ

Mreža za družbeno odgovornost Slovenije, skupaj s pridruženimi partnerji organizira četrto nagrado družbeno odgovornih podjetniških praks oz. nagrado Družbeno odgovorne sinergije. Z nagrado želimo opozarjati na pomen medsektorskega delovanja ter dialoga med različnimi deležniki, predvsem med podjetji in neprofitnimi deležniki. Družbeni in okoljski izzivi namreč zahtevajo celovit pogled na svet, inovacije in vključenost različnih deležnikov pri razumevanju teh izzivov ter iskanju rešitev. Če predpostavimo, da gospodarstvo predstavljajo profitno usmerjena podjetja, ki rešujejo ekonomske, tehnološke in druge izzive, pa organizacije civilne družbe, kot tudi javne ustanove, v prvo vrsto postavljajo okoljski in / ali družbeni neprofitni cilj. Oboji imajo določeno znanje in vedenje, uspešno povezovanje, poslušanje in izmenjava znanj z obeh strani pa bi lahko privedli do prepoznavanja ter učinkovitega naslavljanja trajnostnih izzivov oz. prispevanja k ciljem trajnostnega razvoja. Z nagrado želimo ozavestiti pomembnost skupnega delovanja vlad, civilne družbe in zasebnega sektorja, kar je cilj 17 znotraj Ciljev trajnostnega razvoja. Da spoštovanje, dialog med različnimi deležniki in sektorji ni vedno samoumevno, je še dodatno izpostavila svetovna družbena kriza – korona kriza.

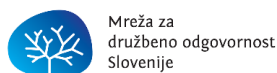


DVE KATEGORIJI NAGRADE	
PARTNERSTVA MALIH IN SREDNIH PODJETIJ	PARTNERSTVA VELIKIH PODJETIJ

- Nagrada je osredotočena na uspešna **partnerstva** med **podjetjem** in **najmanj enim neprofitnim deležnikom**. To predstavlja inovativen koncept na področju družbeno odgovornih nagrad, ki se navadno osredotočajo na posamezna podjetja kot samostojne akterje.
- Posebna pozornost je namenjena **inovacijam** z namenom spodbujanja podjetij pri ustvarjanju inovativnih rešitev za naslavljanje trajnostnih vprašanj. Nagrada vključuje kriterije, povezane s **pozitivnimi učinki** partnerstva, tako na družbo, okolje in ekonomijo kot na podjetje.
- Prav tako se posebno pozornost namenja **celostni obravnavi družbene odgovornosti**. Prijavitelji bodo tako pozvani, da predstavijo umeščenost prijavljenega projekta v družbeno odgovorno naravnost podjetja.

Za zmagovalce je predvideno:

- Strokovna ekskurzija v organizaciji Mreže za družbeno odgovornost Slovenije
- IEDC-poslovna šola Bled v nagradni sklad prispeva 9.600 EUR za udeležbo na izobraževalnih programih iz področja trajnostnega razvoja.
- 3 najboljši projekti, bodo upravičeni tudi do promocijskega videa, ki ga bo so-financiral projekt CE RESPONSIBLE
- Predstavitev in promocija preko spletne strani projekta in projektne partnerjev
- Slavnostna podelitev nagrade



Nosilec nagrade: Mreža za družbeno odgovornost Slovenije

Nagrada poteka v okviru projekta CE Responsible.



Partnerji nagrade: IEDC-Poslovna šola Bled, WISE Inštitut, Ekvilib Inštitut, E-Zavod, Avanta largo, Etika d.o.o. in Center za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij.



2. PREGLED PRIJAVNE DOKUMENTACIJE

Dokumentacijo za prijavo na 4. nagrado Družbeno odgovorne sinergije sestavljajo:

- **Razpis za 4. nagrado Družbeno odgovore sinergije:**
 - Pazljivo preberite pogoje prijave. Poslana prijava bo pomenila, da se prijavitelj strinja s pogoji prijave. Če bomo imeli kakršnekoli pomisleke glede vaše upravičenosti za prijavo, vas bomo o tem kontaktirali.
 - Uporabite namige za učinkovito izpolnjevanje prijave.
 - S preprostim seznamom preverite, ali izpolnjujete vse zahteve za sodelovanje na razpisu.
 - Predstavljen je ocenjevalni sistem, ki ga bo uporabila strokovna žirija.
- **Navodila za izpolnjevanje**
 - Ta vam bodo v pomoč pri pisanju odgovorov v posameznih rubrikah.
- **Prijavni obrazec**
 - Poslan v Word obliki, drugače se ga ne upošteva.
- **Izjava partnerja**
 - "Izjava partnerja" je del prijave, ki jo izpolnite in skenirano priložite prijavnemu obrazcu.
 - Potrebujete po eno izjavo za vsakega neprofitnega partnerja.
- **Izjava vodstva**
 - Izjavo vodstva izpolnite in jo skenirano priložite prijavnemu.
 - Potrebujete po eno izjavo za vsako podjetje, ki sodeluje v partnerstvu.

Prijave pošljete na lucija@ekvilib.org

Rok za oddajo prijavne dokumentacije je 25. oktober 2021 do polnoči.

Potrebujete pomoč ali nasvet? Za vsa vprašanja v povezavi z obrazcem ali s prijavo se obrnite na:

Lucija Glavič, lucija@ekvilib.org oziroma 01/430 37 51.

2.1 UPRAVIČENI PRIJAVITELJI

Nagrada za Družbeno odgovorne sinergije je namenjena vsem **PODJETJEM ZASEBNEGA SEKTORJA**, ki delujejo v Sloveniji. Z "zasebnim sektorjem" so mišljena podjetja, ki ustvarjajo in delijo dobiček med svoje delničarje oziroma lastnike s prodajo blaga ali storitev. K prijavi so vabljeni majhna, srednja in velika podjetja, ter tudi posamezne poslovne enote v večjih organizacijah. V prijavi lahko sodelujejo tudi **SOCIALNA PODJETJA**, v kolikor več kot polovica prihodkov njihovega poslovanja predstavlja prodaja. V kolikor pa je tega manj se lahko prijavijo le kot neprofitni partner. Opredelitev majhnih, srednje in velikih podjetij: Kategorijo mikro, majhnih in srednje velikih podjetij (MSP) sestavljajo podjetja, ki zaposlujejo manj kot 250 oseb in imajo letni promet, ki ne presega 50 milijonov EUR in / ali letno bilančno vsoto, ki ne presega 43 milijonov EUR. Kategorijo velikih podjetij sestavljajo vsa podjetja, ki so večja od MSP podjetij. **Nagrada ni namenjena prostovoljnim organizacijam, zasebnim zavodom ali organizacijam javnega sektorja.** Te lahko sodelujejo kot partnerji podjetij, ki se prijavljajo na nagrado.

Partnerstva: Nagrada je namenjena partnerstvom med podjetjem in (vsaj enim) neprofitnim partnerjem. Neprofitni partner je lahko: fundacija, nevladna organizacija, dobrodela ustanova, šola, bolnišnica, vladna organizacija, društvo, socialno podjetje itd. Partnerji ne morejo biti zaposleni v podjetju oziroma stranke/kupci podjetja. Prijavi se lahko vsa projektna partnerstva, ki so potekala, se zaključila ali pa se vzpostavila in še potekajo v letih 2019, 2020 in 2021.

Večkratne prijave: Podjetja ali posamezne poslovne enote lahko sodelujejo z več prijavi, pod pogojem, da prijave temeljijo na različnih in samostojnih projektih, pri katerih sodelujejo z različnimi partnerji. Isti projekt ne more sodelovati v več kategorijah.

Konzorcij podjetij ali partnerjev: Podjetja se lahko prijavi tudi kot konzorcij, ki vključuje več podjetij. Če konzorcij vključuje majhna in velika podjetja, se prijavi v kategorijo, ki ustreza vodilnemu ali največjemu podjetniškemu partnerju. Konzorcij mora imeti vsaj enega neprofitnega partnerja. Lahko pa se tudi podjetje prijavi v konzorciju več neprofitnih partnerjev. Lahko se prijavi konzorcij več podjetij in več neprofitnih partnerjev. V takšnih primerih morajo biti vloge vseh vključenih jasno opredeljen. V vseh primerih pa mora biti eno podjetje vodilno podjetje.

3. PRIJAVNI ROK IN NAČIN PRIJAVE

Vsi dokumenti morajo biti poslani do 25. oktobra 2021 po e-pošti na naslov lucija@ekvilib.org v Word dokumentu.

Izjavo vodstva in partnerja ter dokazila o družbeno odgovornem poslovanju se lahko pošlje po pošti na naslov Ekvilib Inštitut – Mreža za družbeno odgovornost Slovenije, Medvedova 28, 1000 Ljubljana ali skenirano priložite prijavnemu obrazcu ali pošljete po pošti.

Prijavne obrazce sprejemamo le Word dokumentu, zato **NE spreminjajte** prijavnega obrazca v katerikoli drug format (npr. pdf). Ostala dokazila so lahko v drugih formatih.

Štetje besed: Da bi zagotovili pravičnost pri obravnavi prijav, te ne smejo presegati največjega predpisanega števila besed, določenega v prijavnem obrazcu. Besede, ki presegajo omejitve, ne bodo pregledane s strani ocenjevalcev.

Izjava partnerja: "Izjava partnerja" je del prijave, ki jo izpolnite in skenirano priložite prijavnemu obrazcu ali pošljete po pošti.

Izjava vodstva: Izjavo vodstva izpolnite in jo skenirano priložite prijavnemu obrazcu ali pošljete po pošti.

Obvezne priloge: Prijavitelji bodo morali pokazati, kako podjetje opredeljuje družbeno odgovorno naravnost. Konkretni dokumenti s področja družbene odgovornosti naj bodo priloženi prijavi, lahko pa so navedeni v obliki zunanje spletne povezave s sklicevanjem na relevantno stran oziroma poglavje (na primer letno poročilo, objavljeno na spletni strani prijavitelja, trajnostno poročilo, ...).

3.1 OCENJEVANJE

Vsako kategorijo bo ocenil panel zunanjih strokovnjakov, ki imajo izkušnje na področju družbene odgovornosti. Vsako prijavo bosta predvidoma ocenila po dva ocenjevalca. Najboljše prijave bodo nadaljevale v drugi krog.

Ožji izbor: V ožji izbor se navadno uvrsti med 10 prijav; podjetja, ki se bodo uvrstila v ožji izbor, bodo o tem obveščena do 10. novembra 2021. 10 izbranih prijav bo objavljenih in predstavljenih na spletni strani projekta Ce Responsible <https://net4socialimpact.eu/>

Žirija: Žirija, sestavljena iz predstavnikov različnih organizacij, se bo sestala za obravnavo vsake kategorije. Podjetja, ki se bodo uvrstila v ožji izbor, bodo povabljeni, da nastopijo pred žirijo s predstavitvijo njihovega partnerstva ali aktivnosti.

Razglasitev zmagovalca in nagrada: Zmagovalec nagrade Družbeno odgovornih sinergij v posamezni kategoriji bo znan na slovesnosti **23. novembra 2021**. Nagrada vključuje promocijo in predstavitev zmagovalnih partnerstev na socialnih omrežjih Mreže za družbeno odgovornost Slovenije, spletni strani projekta Ce Responsible <https://net4socialimpact.eu/> ter medijsko izpostavljenost. Predvidena je tudi nagrada v obliki strokovne ekskurzije v tujino.

Časovnica razpisa:

- Zbiranje prijav: 1. 7. 2021 – 25. 10. 2021
- Odpiranje prijav in preverjanje skladnosti z razpisnimi pogoji: 26. 10. 2021
- Zasedanje ocenjevalne komisije: 17. 11. 2021

Predstavitve finalistov in razglasitev zmagovalcev: 23. 11. 2021

4. NAMIGI ZA USPEŠNO PRIJAVO

Uporabite navzkrižno sklicevanje za zapisano v različnih rubrikah, da se izognete ponavljanju navedenih podatkov v različnih rubrikah prijave. Vsaka rubrika je oštevilčena, da je navzkrižno sklicevanje enostavnejše.

Če je le mogoče, uporabite kvantitativne in kvalitativne podatke. Kvalitativni podatki naj opisujejo ali razlagajo kvantitativne (številčne) podatke.

Na primer:

- Kvantitativni podatki – 89 % zaposlenih je bolj motiviranih za delo v podjetju kot posledica projekta.
- Kvalitativni podatki – zaposleni XX pravi: "Osebnost sem bolj navezan na podjetje zaradi projekta x in moje vpletenosti v njem."

Primeri družbeno odgovornih sinergij se lahko nanašajo na naslednja področja delovanja:

- vključevanje zaposlenih
- družba, lokalna skupnost
- delovno mesto
- ohranjanje biotske raznovrstnosti
- nabavna veriga
- ogljični odtis
- ravnanje z odpadki in recikliranje
- voda
- energija
- nediskriminacija
- človekove pravice
-

5. KONTROLNI SEZNAM

Preden začnete izpolnjevati prijavitni obrazec, preverite kontrolni seznam:

	Obkljukajte ✓
a. Preverite, ali vaš projekt izpolnjuje zgoraj omenjene pogoje prijave	
b. Pred izpolnjevanjem preberite celotno dokumentacijo, da boste razumeli, kaj je potrebno vključiti v vsako kategorijo in kako najbolje predstaviti svoj projekt	
c. Izpolnite prijavitni obrazec in priložite obvezne priloge	
d. Poskrbite za podpis izjave vodstva	
e. Poskrbite za izjavo partnerja	
f. Pošljite prijavo do 25. oktobra 2021 po e-pošti (lucija@ekvilib.org) ali pošti (Ekvilib Inštitut – Mreža za družbeno odgovornost Slovenije, Medvedova 28, 1000 Ljubljana)	

6. MERILA ZA OCENJEVANJE

Inovacije 15 %	Slabo (0) Nezadostni podatki za točkovanje	Osnovno (1) Delni podatki, zadostni le za osnovne zahteve kriterija	Zadostno (2) Prepričljivi in primerni podatki za del kriterija, vendar pomanjkljivi v drugih delih	Dobro (3) Prepričljivi in primerni podatki za celoten kriterij	Zelo dobro (4) Trdni podatki z elementi, ki so vzorni in inovativni
Inovacije (15 %)	V pristopu partnerstva ni nič novega.	Nekateri elementi projekta so inovativni, vendar niso prepričljivi ali niso povezani z nobenim povečanjem ali učinkom.	Prepričljivi elementi partnerskega projekta so inovativni in očitno povezani s pozitivnimi učinki.	Pristop partnerstva je inovativen in je jasno povezan s pozitivnimi učinki.	Temelji pristopa partnerstva so inovativni, kar je vplivalo na raven pozitivnih učinkov, in so primerni tudi za uporabo v drugih podjetjih.
Vodenje projekta 35 %	Slabo (0) Nezadostni podatki za točkovanje	Osnovno (1) Delni podatki, zadostni le za osnovne zahteve kriterija	Zadostno (2) Prepričljivi in primerni podatki za del kriterija, vendar pomanjkljivi v drugih delih	Dobro (3) Prepričljivi in primerni podatki za celoten kriterij	Zelo dobro (4) Trdni podatki z elementi, ki so vzorni in inovativni
Vodenje in strategija (10 %)	Projekt ovira pomanjkanje upravljaljskih procesov in virov. Ni podatkov o zavezanosti vodstva.	Obstajajo podatki o zadostnih procesih in virih, ki omogočajo osnovno delovanje in komuniciranje projekta. Obstajajo delni podatki o zavezanosti vodstva.	Obstajajo podatki o primernem pristopu k upravljanju projekta in zadovoljivi vloženi viri, vendar so nekatera področja šibka. Obstaja zavezanost vodstva.	Obstajajo podatki o učinkovitih procesih upravljanja in o količini virov, ustreznih za cilje projekta. Viri so dobro definirani in vodeni. Obstajajo podatki o ravni zavezanosti vodstva.	Procesi upravljanja so dobro načrtovani in izvedeni. Vrste in nivoji virov so popolnoma ustrezni glede na obseg in cilje projekta in so primerni za doseganje optimalnih rezultatov. Obstajajo podatki, da je vodstvo močno zavezano projektu.
Planiranje in kontrola projekta ter viri (15 %)	Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri niso zadostni.	Raven finančnih, kadrovskih, trženjskih in drugih virov je samo primerna.	Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri so na dobrem nivoju.	Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri so dobro razdelani.	Finančni, kadrovski, trženjski in drugi viri so odlično razdelani.
Komuniciranje in dialog (10 %)	Ni zadostne komunikacije o projektu in med partnerji.	Komunikacija o projektu in med partnerji je osnovna.	Komunikacija o učinkih projekta in dialog s partnerji in deležniki je dobra.	Komunikacija o učinkih projekta in dialog s partnerji in deležniki je zelo dobra. V načrtovanje in izvedbo projektnih aktivnosti so bili vključeni relevantni deležniki.	Komunikacija o učinkih projekta in dialog s partnerji in deležniki je zgledna in inovativna. V načrtovanje in izvedbo projektnih aktivnosti so bili vključeni relevantni deležniki.

Kaj ste dosegli? 50 %	Slabo (0) Nezadostni podatki za točkovanje	Osnovno (1) Delni podatki, zadostni le za osnovne zahteve kriterija	Zadostno (2) Primerni nivoji podatkov, ki pokrivajo del kriterija, primerno glede na naravo partnerstva	Dobro (3) Prepričljivi podatki, ki vključujejo poglobljeno analizo koristi, primerno glede na naravo partnerstva	Zelo dobro (4) Trdni podatki z elementi, ki so vzorni in inovativni
Družbene, okoljske in ekonomske koristi (20 %)	Ni dokazov, da je podjetje doseglo kakršne koli koristi za družbo ali okolje.	Izpostavljene so nekatere družbene in okoljske koristi, vendar so podatki, ki bi to potrjevali, pomanjkljivi in neprepričljivi.	Izpostavljene so določene družbene in okoljske koristi, podprte z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki, ali z osnovnimi nivoji obeh tipov podatkov. Vsi kvantitativni podatki so omejeni na rezultate družbenih koristi, kot npr. število udeležencev v projektu.	Družbene, okoljske in ekonomske koristi so podkrepljene z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki na vseh primernih področjih. Kvantitativni podatki niso povezani le s številom udeležencev, ampak vključujejo tudi druge indikatorje.	Družbene, okoljske in ekonomske koristi so podkrepljene z izjemnimi, močnimi, prepričljivimi in ustreznimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki. Izpostavljeni so nekateri širši in dolgoročni pozitivni učinki projekta, kot na primer spremembe politik, krepitev zmogljivosti partnerjev itd.
Poslovne koristi (15 %)	Ni dokazov, da je podjetje doseglo kakršne koli poslovne koristi.	Izpostavljene so nekatere poslovne koristi, vendar so podatki, ki bi to potrjevali, pomanjkljivi in neprepričljivi.	Izpostavljene so določene poslovne koristi, podprte z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki, ali z osnovnimi nivoji obeh tipov podatkov. Vsi kvantitativni podatki so omejeni na rezultate poslovnih koristi, kot npr. število vpletenih zaposlenih v prostovoljno aktivnost.	Poslovne koristi so podkrepljene z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki na vseh primernih področjih. Kvantitativni podatki niso povezani le s številom udeležencev, ampak vključujejo tudi druge indikatorje, kot so analiza privarčevanih stroškov, razvite nove kompetence, ugled podjetja, itd. Vsebina projekta je pomembno povezana s osnovnim poslovanjem in poslanstvom podjetja. Podjetje tudi sicer celovito naslavlja svojo družbeno odgovornost.	Poslovne koristi podjetja so podkrepljene z izjemnimi, močnimi, prepričljivimi in ustreznimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki. Obstajajo tudi podatki o tem, kako je podjetje izkušnje iz tega projekta vključilo v širše dejavnosti za povečanje poslovnih koristi. Vsebina projekta je pomembno povezana s osnovnim poslovanjem in poslanstvom podjetja. Podjetje tudi sicer celovito naslavlja svojo družbeno odgovornost.
Koristi za neprofitnega partnerja (15 %)	Ni dokazov, da je neprofitni partner dosegel kakršne koli koristi.	Izpostavljene so nekatere koristi, vendar so podatki, ki bi to potrjevali, pomanjkljivi in neprepričljivi.	Izpostavljene so določene koristi, podprte z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki, ali z osnovnimi nivoji obeh tipov podatkov.	Koristi so podkrepljene z dobrimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki na vseh primernih področjih. Kvantitativni podatki niso povezani le s številom udeležencev, ampak vključujejo tudi druge indikatorje, kot so razvite nove kompetence, ugled organizacije, itd.	Koristi organizacije so podkrepljene z izjemnimi, močnimi, prepričljivimi in ustreznimi kvalitativnimi in kvantitativnimi podatki. Obstajajo tudi podatki o tem, kako je organizacija izkušnje iz tega projekta

			Vsi kvantitativni podatki so omejeni na rezultate koristi, kot npr. število izvedenih dogodkov.		vkjučilo v širše dejavnosti za povečanje poslovnih koristi.
--	--	--	---	--	---