



**ZBORNIK
FINALISTOV
2009**



slovenska nagrada
za družbeno odgovornost

**SLOVENSKA NAGRADA
ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST
HORUS**

ZBORNIK FINALISTOV 2009

Častni pokrovitelj konference

Družbena odgovornost in izzivi časa 2009
ter Slovenske nagrade za družbeno odgovornost Horus:

dr. Danilo Türk, predsednik Republike Slovenije

DRUŽBENA ODGOVORNOST NAGRAJUJE VSE, NE LE NAGRAJENCE

Samo ime nagrade za družbeno odgovornost pove veliko. Horus je bil bog neba, eno njegovo oko je bilo sonce in drugo mesec. Obkroža ga zgodba o sokolu in solzi. Vse te posebnosti imena naše nagrade imajo pomembno simbolno sporočilo.

Nagrada izpostavlja dobre lastnosti in vrline posameznikov in tudi skupine, izpostavlja edinstvenost, srčnost, poštenost in spodbudo. Vse to utemeljujejo ljudje pravih misli in tisti, ki jih odlikuje celovitost, pogled v prihodnost in prizadevnost. Pravzaprav govorimo o ciljih, v okviru katerih so ključni dejavniki ljudje, ki jih lahko grobo označimo tudi z izrazom kapital. V kontekstu nagrade lahko rečemo, da ima ta kapital tudi dušo, ki se izkazuje v družbeni odgovornosti. Ta sega v okolje produktov in storitev in kar je bistveno, tudi v okolje življenja in odnosov. Težko si sicer razložimo, da bi imel kapital dušo, vendar ga je mogoče razumeti tudi tako. Od tega razumevanja je odvisno tudi spreminjanje predstave o vlogi kapitala in grobih zakonitostih trga, ki dobijo v kontekstu dolgoročnosti svojo utemeljitev in podlago za prihodnost prav v družbeni odgovornosti.

Mogoče je naš uvod k obrazložitvi nagrade Horus nekoliko poetičen. Moja izkušnja sega pretežno v okolje javnih zavodov in javnih podjetij, pa tudi bolnišnic, kamor se zatečejo ljudje, ko so v stiski. To so ljudje z velikimi pričakovanji. Pričakujejo tudi tolažbo in razumevanje. Prebral sem veliko knjig o družbeni odgovornosti javnega sektorja, zlasti bolnišnic. Kakor na drugih področjih je tudi na tem Peter Drucker opozoril na pomembna dejstva. Pravi, da brez odgovornosti do uporabnika in njegovega okolja ni pravega poslanstva. Te odgovornosti ni, če ni medsebojne spoštljivosti in pozornosti vodstva do zaposlenih, ki opravljajo storitve za uporabnike. Šele preplet vseh teh odnosov med izvajalcem oziroma podjetjem in kupcem oziroma uporabnikom zagotavlja učinkovitost in dolgoročno uspešnost. Produkt bo preživel le taktat, ko je koristen in smiseln. Enako seveda velja tudi za storitev.

Bolnišnico zapremo, ko ni več pacientov. Podjetje propade, ko nima več pravih produktov ali storitev. Pravi produkti in storitve so vedno prepletenost znanja s fantazijo, z razumevanjem okolja in življenja v njem. Drucker tudi pravi, da se lahko podjetja, ki nastopajo zgolj na trgu, marsikaj naučijo od bolnišnice, ki opravlja delo v pravem pomenu besede. Delo v pravem pomenu besede pa je tisto delo, ki je tudi družbeno odgovorno in vsebuje vse tovrstne odnose med zaposlenimi, med porabniki, vodstvom in lastniki, med lastniki prek vodstva do zaposlenih in zaposlenih do okolja.

Gre torej za koncept prostovoljne integracije ciljev podjetja in okolja v poslovne cilje in odnose, zato me veseli, da so med letošnjimi finalisti nagrade Horus tisti, ki so prišli do stopnje, ko iščejo motiv za ustvarjanje in svojo prihodnost prav v razvijanju koncepta družbene odgovornosti. Če govorimo o razvojnem modelu prihodnosti, ki naj bi upošteval sedanje krizne razmere in recesijo, je družbeno odgovornost pravi odgovor in nagrada Horus primerno orodje za izostrovanje poslovnih ciljev. Vsi, ki bodo iskali svoje rezerve v zaposlenih in manipulaciji s kupcem tako, da jim bodo dajali čim manj, bodo nazadovali in postali žrtev trenutnih učinkov.

Torej, če povzamem, da so naša ocenjevalna področja - odnos do zaposlenih, odnos do okolja, odnos do skupnosti, odnosi na trgu, vodenje - lahko rečem, da so nova in nujna strategija prihodnosti, poslanstva in ciljev podjetij, posameznikov in tudi drugače organiziranih skupin.

Strategijo razvoja tega področja potrebuje vsaka država. Nagrada Horus je zato v Sloveniji prvi korak k temu, da pomagamo krepiti dobro prakso in spodbujati tista podjetja, ki s svojim zglednim delovanjem na področju družbene odgovornosti utirajo pot slovenskemu gospodarstvu v novo dimenzijo. Dimenzijo sožitja med ljudmi in naravo, dimenzijo ustvarjanja ravnotežja in pravične razporeditve dobrin, zavedanja o minljivosti stvari in večnosti dobrega.

Častno pokroviteljstvo predsednika Republike Slovenije dr. Danila Türka, partnerstvo organizacij v tem projektu in strokovnost ocenjevalne komisije to zagotovo potrjujejo. Prepričan sem, da bomo v prihodnjih letih projekt obogatili z novimi področji nagrajevanja, ne le gospodarstva, ampak tudi odgovornosti medijev, politikov in drugih skupin.

Zahvaljujem se vam, da skupaj z nami razmišljate o osebni in družbeni odgovornosti in da se nam po vaših močeh pridružujete pri udejanjanju in spodbujanju dobrega!

mag. Franc Hočevar,
predsednik ocenjevalne komisije
slovenske nagrade za družbeno odgovornost Horus

KAZALO VSEBINE

Družbena odgovornost nagrajuje vse, ne le nagrajence	3
Nagrada za družbeno odgovornost - Horus podpira pot iz krize 2008-	6
Najlažje je storiti nič.....	7
Predstaviteljske Slovenke nagrade za družbeno odgovornost Horus.....	8
Partnerji in podporni partnerji projekta	9
Predstaviteljske partnerjev	9
Člani ocenjevalne komisije Horus 2009	14
Predstaviteljske članov komisije.....	15
Predstaviteljske finalistov	21
Rezultati razpisa za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus 2009	33
Nagrajenci Horus 2009	33
Program	36
Mladi s kreativnostjo za več družbene odgovornosti	37
Mačke s poslušom	37
Tine Lugič	38
Drago Mlakar	34
Zahvala	54

UVODNI NAGOVORI ORGANIZATORJEV

NAGRADA ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST - HORUS PODPIRA POT IZ KRIZE 2008-

Ko smo sodelavci Inštituta za razvoj družbene odgovornosti IRDO in drugih organizacij, s katerimi IRDO sodeluje pri pripravi in podelitvi te nove nagrade za družbeno odgovornost podjetij, pripravljali zasnovo zanjo, se je pokazalo, da različne organizacije podeljujejo veliko raznih nagrad. Vsaka od njih pokriva neki pomemben vidik delovanja v skladu z nekim delom načel družbene odgovornosti podjetij, nobena pa več izmed njih ali celo vseh. Na spisku so se znašli zelo pomembni razpisi, kot so: 'Družini prijazno podjetje', 'Vlaganje v ljudi', 'Zlata nit', 'SA 8000', 'OHSAS 18001:1999', 'ISO 9001:2000', 'TS 16949', 'kodeks ravnanje z okoljem', 'Slovenska nagrada za poslovno odličnost', 'Evropska nagrada za poslovno odličnost', 'AA1000', 'članstvo v UN Global Compact', 'Smernice OECD', 'Standard Učeče se podjetje 2005', 'Energetsko učinkovito podjetje'; še kaj bi se morda dalo najti.

Veliko možno širino kaže tudi nabor možnih ocen podjetja, kako pojmujejo družbeno odgovornost, saj tudi mednarodna praksa kaže veliko možnih vsebin. Mednje sodijo:

- Dobrodelnost do pomoči potrebnih brez zlorabe vpliva in preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Zagotavljanje spodbudnega delovnega vzdušja in razmer za zaposlene preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Poštenost do drugih poslovnih partnerjev brez zlorabe vpliva in preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Poštenost do širše družbe brez zlorabe vpliva in preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Skrbno ravnanje z naravnimi pogoji za življenje ljudi preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Nadgradnja truda za popolno kakovost in poslovno odličnost preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Nadgradnja truda za celovitost delovanja preko obsega, določenega z zakonodajo;
- Trud za mir na svetu, drugo.

Kandidati za nagrado so označili po več pridobljenih spoznanj in po več možnih vsebin; to so tudi utemeljili. Tak stil njihovega delovanja kaže, da se jasneje kot drugi zavedajo dejstva, ki ga je nekoč izrekel nemški podjetnik Bosch: 'Pošteno poslovanje se na dolgi rok najbolj splača'. Ravnanje brez družbene odgovornosti pač povzroča nezadovoljstvo ljudi, ki nadalje vodi v upore od prikritih in odkritih stavk vse do mednarodnega terorizma; taki odzivi na dejanja vplivnih povzročajo vplivnim seveda veliko težav in stroškov, ki bi pri poštenem poslovanju bili nepotrebni.

Kriza, ki je prišla na dan v letu 2008, se potemtakem brez prodora družbene odgovornosti v vsakdanjo prakso poslovanja podjetij in drugih organizacij vplivnih ljudi ne zmore razrešiti. Kriza 1930. let se je iztekla v 2. svetovno vojno in uničenje naravnih pogojev za obstoj sedanje civilizacije človeštva. Take alternative zagotovo niti sebi niti svojim otrokom in vnukom ne moremo privoščiti.

Družbena odgovornost je torej bistvena alternativa dani praksi.

ddr. Matjaž Mulej, zasl. prof.

predsednik Strokovno-organizacijskega odbora nagrade Horus

NAJLAŽJE JE STORITI NIČ

Živimo v času, ko je odgovornost samo še beseda. Ko se je spet popularno skrivati za skupinsko, kolektivno odgovornostjo; za zakoni, akti, predpisi; za odločitvami drugih – lastnikov, nadzornikov, uprave, šefov; zakonodajna veja za eksekutivno in obratno; neodvisno sodstvo ječi pod gorami spisov ... med prvimi novicami medijev je kriza. Ali toča. Ali vojna. Ali umor. Pozitivna novica je nekaj, kar se je nekje na poti iz labirinta slabih novic izgubilo.

Zato je še toliko pomembneje, da nagradimo, pohvalimo, izpostavimo tiste, ki so dobri. Odlični, v pozitivni smeri »štrlijo« iz povprečja. Ki si tudi v teh časih (v vseh časih!) prizadevajo storiti več. Ali pa sploh karkoli, kar ni povezano z golim preživetjem, bojem, bojem. Ki razumejo, da družbena odgovornost ni »prazna črka na papirju«, da je to filozofija delovanja podjetja, njegovo širše poslanstvo, nova paradigma tretjega tisočletja.

Da je družba prav zaradi ozkega pojmovanja gospodarskih in lastniških interesov tukaj, kjer je. Da se prav zaradi ozkega gledanja na dobičkonosnost in rast (rast, rast!) že 24., odkar spremljajo gospodarska gibanja, nahajamo v recesiji.

Skratka, tisti, ki razumejo, da lahko le uravnoteženo gospodarstvo z uravnoteženim prebivalstvom in uravnoteženo vlado obstaja v simbiozi, ki ni metafora »krasnega novega sveta«.

In Horus je nagrada, ki išče prav takšne prakse. Z vseh področij pojmovanja, v odnosu do vseh deležnikov organizacije. Naj spomnimo: deležniki organizacije so vse javnosti, ki pomembno vplivajo na njeno delovanje in uspešnost. Torej ne le lastniki in kupci. Ne le zaposleni in okolje, v katerem deluje. Ne le sponzoriranci in odjemalci. Ne le zakonodajalci in lokalna uprava. Ne le nevladne organizacije in inšpektorati. Vsi ti. In še kdo.

Prav tukaj vidimo pomembno vlogo komunikacijskih menedžerjev (piarovcev, strokovnjakov za odnose z javnostmi). Prav ti so tisti, ki morajo v organizacijah opozarjati na potrebe, pričakovanja vseh deležnikov. Ki morajo imeti dovolj vpliva in morajo videti širše izven meja dobička. Ki morajo prevzeti neke vrste šizofreno vlogo igranja multiple osebnosti.

Zato je odločitev, da skupaj z Inštitutom za spodbujanje družbene odgovornosti pripravimo nagrado Horus edina možna pot Slovenskega društva za odnose z javnostmi (PRSS). Je nadgradnja prizadevanj PRSS za spodbujanje družbene odgovornosti skozi sekcijo, ki smo jo pod tem imenom in s tem namenom ustanovili in letos praznuje peto obletnico. Je nadgradnja nagrade Prostovoljka/prostovoljec leta, ki jo PRSS letos razpisuje že šestič. Horus je nagrada, ki si jo po naši oceni zaslužijo prav vsi prijavljeni primeri, predstavljeni v zborniku.

Nagrada Horus komunicira vrednote, za katere si prizadevamo in si želimo, da jih živimo.

Odgovorno.

mag. Aleksander Salkič, predsednik PRSS

mag. Natalija Postružnik, podpredsednica PRSS

Vesna Peikovšek, podpredsednica PRSS

Polona Marinček, predsednica sekcije za spodbujanje družbene odgovornosti PRSS

PREDSTAVITEV SLOVENSKE NAGRADE ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST HORUS

Marca 2009 je bil objavljen razpis za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus, ki sta ga skupaj s partnerji pripravila Inštitut za razvoj družbene odgovornosti IRDO in PRSS - Slovensko društvo za odnose z javnostmi. Na razpis je prispelo 11 prijav podjetij, prvostopenjska ocenjevalna komisija pa je na predlog zaslužnega profesorja ddr. Matjaža Muleja, predsednika Strokovno-organizacijskega odbora nagrade odločila, da se v prvem letu med finaliste uvrstijo vsa podjetja, ki so se prijavila na razpis. Nagrade so bile prvič podeljene 3. junija v okviru konference »Družbena odgovornost in izzivi časa 2009«, katere častni pokrovitelj je predsednik države, dr. Danilo Türk.

Prijave so bile na podlagi podatkov o številu zaposlenih in številu prihodkov razdeljene v tri razpisane kategorije. Ocenjevalna komisija nagrade Horus, ki jo je vodil mag. Franc Hočevar, svetovalec predsednika republike za socialno in zdravstveno varstvo ter humanitarna vprašanja, je ocenila prijavnice in sklenila, da se vsa prijavljena podjetja uvrstijo med finaliste. Med finalisti je bilo tako šest velikih podjetij (Mercator, d.d., Si.mobil d.d., Zavarovalnica Maribor d.d., Trimo d.d., Holding Slovenske elektrarne d.o.o., Premogovnik Velenje, d.d.), dve srednje veliki (ATech elektronika d.o.o., Mimovrste d.o.o.) in tri manjša (INFOTEHNA d.o.o., Domenca d.o.o., Informa Echo d.o.o.).

Nagrade so bile podeljene 3. junija 2009 ob 20. uri, na slavnostni podelitvi v Kazinski dvorani SNG Maribor.

Nagrade za tri kategorije podjetij (mikro/majhna, srednje velika in velika podjetja) sta oblikovala in izdelala priznana slovenska umetnika Marika in Marko Pogačnik (ki je med drugim tudi avtor slovenskega grba). Vsaka nagrada je unikatno delo in vsaka ima svoje posebno sporočilo (sodelovati, soustvarjati, povezovati se).



Avtorja nagrade:
Marko in Marika
Pogačnik

sodelovati - soustvarjati - povezovati se

PARTNERJI IN PODPORNİ PARTNERJI PROJEKTA

Da je nagrada res nacionalna, potrjuje sodelovanje naslednjih partnerskih organizacij pri projektu:

- častno pokroviteljstvo predsednika RS dr. Danila Türka,
- so-organizatorstvo Inštituta za razvoj družbene odgovornosti (IRDO), Slovenskega društva za odnose z javnostmi (PRSS) in partnerja dogodka podelitve nagrad revije Kapital,
- podporno partnerstvo časopisa Dnevnik, Štajerske gospodarske zbornice, Združenja Manager, Slovenskega združenja ZN za trajnostni razvoj, Združenja delodajalcev Slovenije, Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve, Ministrstva za gospodarstvo.

PREDSTAVITEV PARTNERJEV

IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti

Inštitut za razvoj družbene odgovornosti IRDO je nastal leta 2004 z namenom raziskovati in pospeševati razvoj družbene odgovornosti (DO) v Sloveniji in v svetu. Spodbuja povezovanje ključnih akterjev glede DO (vlada, podjetja, strokovne ustanove, organizacije, civilna družba) in ustvarja skupne aktivnosti in kampanje za večanje zavedanja o pomenu in potrebah po DO v širši javnosti. prispeva k prenosu in prilagajanju svetovnega znanja ter konceptov slovenskim razmeram in potrebam, hkrati pa omogoča izmenjavo slovenskega znanja in izkušenj s tujimi strokovnjaki in organizacijami. Ima preko 40 članov - raziskovalcev in strokovnjakov s področja DO, ki s svojimi aktivnostmi pomembno prispevajo k razvoju DO in družbe v celoti, pa tudi več kot 20 kolektivnih članov – organizacij, podjetij....

Delo inštituta IRDO vključuje:

- Raziskovanje: DO - primeri dobre prakse v Sloveniji in v tujini, znanstveni prispevki, publikacije, konference in revije, sodelovanje pri raziskovalnih projektih, programih...
- Promocijo: koncepta DO, osveščanje medijev ter krepitev njihove podpore razvoju DO (nagrade Horus – za družbeno odgovorna slovenska podjetja; za najbolj družbeno odgovorno delo na festivalu Magdalena; za mlade kreativce na področju oglaševanja z društvom finalistov Kalidej.)
- Svetovanje in razvoj: novih DO projektov, tudi izdelkov in storitev za naročnike; sodelovanje pri oblikovanju PR, marketinških in sponzorskih strategij, ...
- Izobraževanje: (seminarji, delavnice, konference...)
- Založništvo: (zborniki, priročniki, CD- knjige, e-mesečnik za člane...)
- Informiranje in povezovanje: (gospodarstvo, vlada, mediji, civilna družba, interesna združenja) za izmenjavo izkušenj, znanj in krepitev DO ter drugo.

V okviru inštituta IRDO deluje Strokovni svet, ki skrbi za programsko usmerjanje dejavnosti zavoda. Sestavljajo ga predstavniki ustanov, podjetij, strokovnih združenj, medijev, civilne družbe in drugi strokovnjaki. IRDO organizira svoje razvojno-raziskovalno in znanstveno delo v Znanstveno-raziskovalnem centru IRDO. Člani IRDO – posamezniki in organizacije – se združujejo v Svetu članov inštituta IRDO, ki pomembno oblikuje delo in razvojne usmeritve inštituta.

V petih letih obstoja se je inštitut IRDO lotil različnih projektov, med njimi organizacije štirih mednarodnih konferenc »Družbena odgovornost in izzivi časa« z zborniki; izdaja mesečne IRDO e-novice; so-izdal je elektronske knjige o trajnostnem razvoju (40 avtorjev iz 4 celin sveta) in tiskane knjige o varovanju narave. Člani inštituta so s svojimi strokovnimi prispevki sodelovali na številnih strokovnih in znanstvenih srečanjih v Sloveniji in v tujini, ter v projektu »CSR – Code to Smart Reality for SMEs« (za podjetja: informacije, delavnice, usposabljanje 24 svetovalcev, spletna stran, konferenca, prvi priročnik za uvedbo DOP v poslovno prakso MSP, osnutek kodeksa ravnanja glede DOP), ki je bil prvič sofinanciran iz sredstev EU (2006-2007).

Zasnova Nacionalne strategije za razvoj DO se nadgrajuje v tem letu, enako tudi druge oblike sodelovanja z državnimi organi in drugimi organizacijami.

SLOVENSKO DRUŠTVO ZA ODNOS Z JAVNOSTMI - PRSS

Slovensko društvo za odnose z javnostmi je bilo ustanovljeno **12. novembra 1990 kot strokovno, nepridobitno, prostovoljno in samostojno krovno nacionalno združenje strokovnjakov s področja odnosov z javnostmi**. Registrirano je bilo 10. junija 1991. Dve leti kasneje (1993) je bilo sprejeto v evropsko konfederacijo za odnose z javnostmi - CERP kot polnopravni član evropske družine krovnih nacionalnih društev strokovnjakov za odnose z javnostmi; je član Global Alliance for Public Relations and Communications Management.

Slovensko društvo za odnose z javnostmi - PRSS je strokovno, nepridobitno, prostovoljno in samostojno nevladno krovno nacionalno združenje strokovnjakov za odnose z javnostmi in komunikacijski menedžment. PRSS razvija in uveljavlja stroko o odnosih z javnostmi, strokovno usposablja in povezuje člane, spodbuja izmenjavo izkušenj, znanstvenih in strokovnih dosežkov v državi in v mednarodnih okvirih ter se enakopravno vključuje v delo tujih strokovnih inštitucij in v mednarodne projekte. Ob tem skrbi za zagotavljanje strokovnosti in kakovosti dejavnosti odnosov z javnostmi v korist članov društva (okrog 450) ter celotne družbe.

V okviru PRSS je konec leta 2005 nastala Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti. Sekcija si prizadeva za vključevanje načel trajnostnega razvoja v poslovno prakso podjetij, kjer so zaposleni člani društva, spodbuja prenos znanj in povezovanje med podjetji, raziskovalnimi institucijami in nevladnimi organizacijami ter izvaja aktivnosti s katerimi širi razumevanje konceptov družbene odgovornosti in trajnostnega razvoja v strokovni javnosti.

Poslanstvo PRSS:

- želimo ustvariti strokovno skupnost članov
- prostor izmenjave teorij in praks slovenskih in mednarodnih strokovnjakov na področju odnosov z javnostmi
- omogočati izobraževanje in razvoj znanj v domačem prostoru
- spremljati in nagradjevati kakovostno prakso
- povečati prepoznavnost PRSS kot enega izmed najuglednejših nacionalnih društev
- vzpostaviti možnosti certifikacije poklica

Vrednote PRSS so sledeče:

- poštenost, odkritost, skrb za okolje, inovativnost, podjetnost, razvojna usmerjenost, strokovnost, timsko delo

V okviru PRSS delujejo sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti, sekcija internih komunikatorjev, sekcija IABC in študentska sekcija. Društvo organizira brezplačna srečanja za svoje člane v okviru omrežnih skupin 01, 02, 03 in 05 (okrog 30 srečanj letno), osrednji dogodek pa je

Slovenska konferenca o odnosih z javnostmi (SKOJ, www.skoj.si). Izdaja revijo PiarNaKvadrat, ki povezuje menedžerje, HRM, komunikacijsko stroko in teorijo; je založnik ene številke Teorije in prakse letno. V sodelovanju z GV Založbo izdaja knjige pod nazivom PR Zbirka. Sofinancira izdaje knjig svojim članom, prav tako sofinancira doktorski študij svojih članov. Podeljuje nagrado za najboljšega komunikatorja med menedžerji (Primus), najboljši komunikacijski primer (Prizma), najboljše interno glasilo (Papirus) in nagrado Prostovoljec/Prostovoljka leta.

Svojim članom je na voljo z brezplačno izposojno strokovnih knjig in dajanjem brezplačnih pravnih nasvetov s področja delovanja komunikacijskih menedžerjev. Cilj društva je povezovanje in ustvarjanje sinergij – tako s sodelovanjem s Poslovno šolo Bled - IEDC, z Društvom za marketing Slovenije, Združenjem Manager, Združenjem za direktni marketing, LSPR, Bledcomom, projektom Zlata nit, Mladi družini prijazno podjetje, z inštitutom IRDO ...

ZDRUŽENJE MANAGER

Združenje Manager je stanovsko združenje managerjev Slovenije, ki se zavzema za zaščito stanovskih interesov in za napredek managerskega poklica. Ustanovljeno je bilo maja 1989.

S svojimi aktivnostmi vplivajo na družbeno okolje in pogoje za gospodarjenje. Mnenja managerjev posredujejo tistim, ki krojijo gospodarske razmere. Članstvo z vsakim letom raste. Trenutno je včlanjenih več kot 1.120 članic in članov. Združenje Manager izpolnjuje svoje poslanstvo z organizacijo strokovnih dogodkov, ki se jih letno udeleži več kot 1.500 oseb, z izdajanjem strokovne managerske revije MQ in družbeno odgovorne revije Prepletanje, s podeljevanjem priznanj, aktualnimi temami na spletnih straneh, lobiranjem, s sodelovanjem pri pomembnih gospodarskih temah, družbeno-odgovornimi aktivnostmi, mednarodnim sodelovanjem in z delom v sekciji managerk, sekciji mladih managerjev in sekciji tujih managerjev.

Spletna stran: www.zdruzenje-manager.si

ŠTAJERSKA GOSPODARSKA ZBORNICA, MARIBOR

Štajerska gospodarska zbornica kot partner svojim članom in drugim organizacijam v Podravju deluje v dobro podjetij ter zastopa gospodarske interese, ki so pomembni za povečanje poslovne uspešnosti in za skladnejši razvoj regije. Članom nudi brezplačna svetovanja z različnih strokovnih področij. Posreduje informacije o poslovnih priložnostih doma in v tujini, informacije o raznih aktualnih razpisih, ugodnostih za podjetja, postopkih pridobivanja raznih dovoljenj in druge potrebne informacije za nemoteno delovanje podjetij. V okviru Štajerske gospodarske zbornice deluje tudi vstopna točka eVEM (vse na enem mestu), kjer nudijo informacije za ustanovitev, razvoj in poslovanje podjetja.

ČASNIK DNEVNIK, LJUBLJANA

Dnevnik v snovanju novih vsebin in pristopa k obravnavi družbenega dogajanja ohranja svoje temeljne vrednote - neodvisnost uredniške politike in objektivnost ter odličnost novinarskega dela. Z več kot 150.000 bralci (vir: NRB, 1/2008) sodi časnik Dnevnik med najpomembnejše predstavnike resnega dnevnega tiska in med osrednje splošno informativne medije v Sloveniji. Danes je Dnevnik najbolj bran časnik na območju Osrednje Slovenije, upošteva razvoj in konkurenčnost na trgu pa

bo že do konca leta 2010 tudi najbolj bran splošno informativni dnevnik v državi.

Dnevnik upošteva in si prizadeva zadovoljevati potrebe svojih bralcev. V svoje vrste privablja najboljša peresa slovenskega novinarstva, ob tem pa se hitro prilagaja tudi novostim na področju tehnologije. Dnevnik je kakovostna vsebina, ki jo ustvarjajo novinarji in fotoreporterji, in privlačna oblika, ki jo negujejo priznani oblikovalci in skrbniki grafične podobe. A Dnevnik je tudi verodostojnost in zaupanje, ki si ga je časnik v letih obstoja uspel pridobiti pri bralcih. Nagrad, ki so jih prejeli sodelavci Dnevnika, je veliko.

Dnevnik izhaja od ponedeljka do sobote, vsebinsko pa pokriva notranje- in zunanjepolitične teme, gospodarstvo, kulturo, šport in številna druga področja življenja. Bogatijo ga tudi redne in izredne priloge za različne skupine bralcev - dolgoletna spremljevalka mladine Antena, poučni zdravstveni vodnik Moje zdravje, priloga za ženske Nika, finančni svetovalec Denar & Svet nepremičnin, svetovalec za domače mojstre Moj dom in tedenski RTV-vodnik Pilot. Ob sobotah je Dnevniku dodana priloga Dnevnikov Objektiv, danes ena najpomembnejših mnenjskih edicij v državi, ki pod sloganom »Svoboda pisane besede« ponuja vsebine za zahtevnega bralca.

Ekipa odličnih novinarjev Dnevnikovega uredništva od začetka leta 2009 na čelu z novim odgovornim urednikom Alijem Žerdinom - tako bralcem pogosto prva in ekskluzivno razkrije velike in pomembne zgodbe. Raziskava o prepoznavnosti slovenskih novinarskih imen, ki jo je časopisna družba Dnevnik opravila v letu 2007, je pokazala, da so novinarji časnika Dnevnik med najbolj cenjenimi v Sloveniji.

Dnevnik je organizator izbora najboljših hitro rastočih podjetij Gazela, nosilec medijsko-raziskovalnega projekta Zlata nit, v okviru katerega poteka tudi vsakoletni izbor najboljših zaposlovalcev, ter medijski pokrovitelj številnih vidnejših dogodkov s področja kulture, gospodarstva, športa in izobraževanja. Dnevnik aktivno sodeluje na Slovenskem oglaševalskem festivalu, v sklopu katerega snuje tudi posebne promocijske aktivnosti (npr. Dnevnikova regata), vsako leto podeli nagrado za najboljšo zbirko kratke proze Dnevnikovo fabulo, na področju odrskega ustvarjanja pa v sodelovanju z Mestnim gledališčem ljubljanskim Dnevnikovo nagrado. Že nekaj let je Dnevnik pokrovitelj Olimpijskega komiteja Slovenije in generalni pokrovitelj najhitrejšega Slovenca Matica Osvovnikarja, podpira pa tudi odbojarski klub ACH Volley in je štipenditor treh perspektivnih mladih športnikov.

Časopisna družba Dnevnik, pod okriljem katere izhaja časnik Dnevnik, se uvršča med družbeno najodgovornejša podjetja v Sloveniji in je del mednarodne mreže UN Global Compact. Ta mreža je nastala na pobudo Združenih narodov in vključuje več kot 2500 podjetij, nevladnih organizacij in univerz iz devetdesetih držav, vsi ti pa se v svojem delovanju zavezujejo k spoštovanju načel o človekovih pravicah, delavskih standardih in odgovornosti do okolja.

SLOVENSKO DRUŠTVO ZN ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ (UN GLOBAL COMPACT SLOVENIA)

Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj je bilo formalno ustanovljeno **24. maja 2007** na pobudo predsednice IEDC-Poslovne šole Bled, **prof. dr. Danice Purg**. Iz 16 ustanovnih članov, ki med drugim predstavljajo vodilno silo slovenskega gospodarstva, se je članstvo razširilo na 40 članov društva, veliko zanimanj za včlanitev pa nas navdaja s prepričanjem, da društvo lahko postane pomemben dejavnik pri uresničevanju nadaljnjega trajnostnega razvoja tako Slovenije kot širše družbe in skupaj za drugimi društvi v mreži dvigne slovensko družbeno ekonomsko, socialno, etično in moralno zavest na višjo raven.

Osrednji cilj Slovenskega društva ZN za trajnostni razvoj je pomagati slovenskim podjetjem spoznati strateške priložnosti, ki jih kažejo prakse družbeno odgovornih podjetij in organizacij, ki se zavedajo pomena trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti in na ta način povečati konkurenčnost slovenskih podjetij in konkurenčnost slovenskega gospodarstva.

Global Compact je globalna pobuda pod okriljem Združenih Narodov (ZN), katere namen je razširjati zavest in spodbujati delovanje vseh socialnih partnerjev/celotne družbe v smeri zagotavljanja trajnostnega gospodarskega razvoja na globalni ravni. Pobudo je leta 1999 osebno podprl takratni predsednik ZN Kofi Anan. Ob tej priložnosti je bilo sprejetih **10 temeljnih načel**, v katerih se odražajo cilji pobude: **skrb za spoštovanje človekovih pravic in delavskih standardov, delovanje v smeri varovanja okolja in preprečevanje korupcije.**

Za doseg tega cilja, Slovensko društvo ZN za trajnostni razvoj sodeluje tudi z drugimi nevladnimi organizacijami v Sloveniji, pripravlja redna srečanja, okrogle mize, konference in individualna srečanja na temo človekovih pravi, delavskih standardov, okolja, transparentnosti in protikorupcije, obenem pa podjetjem in organizacijam tudi svetuje na področju trajnostnega razvoja.

ZDRUŽENJE DELODAJALCEV SLOVENIJE

Združenje delodajalcev Slovenije (ZDS) je **prva prostovoljna delodajalska organizacija** v Sloveniji, ki zastopa, ščiti in povezuje delodajalce že **14 let**. V Združenju je danes povezanih **preko 1.400 slovenskih podjetij**, ki so panožno organizirani v **11 sekcij dejavnosti**. **Ustrezni pogoji dela, prožna delovnopravna zakonodaja, nižje obremenitve z davki in socialnimi prispevki, predvsem pa predvidljivi in vzdržni stroški dela na podlagi dogovorjene plačne politike, so rdeča nit naših prizadevanj** zastopanja interesov delodajalcev, združenih v ZDS. Naše poslanstvo je **argumentirano, strokovno in transparentno uveljavljati stališča in interese delodajalcev** v ekonomsko-socialnem dialogu in industrijskih razmerjih, tako doma kot v tujini. Strokovna ekipa ZDS, ki sodeluje z mrežo strokovnjakov iz gospodarstva, s svojim delom omogoča, da ZDS lahko odigra ključno vlogo tako v **bipartitem kot tripartitem ekonomsko-socialnem dialogu**. ZDS je aktivno pri soodločanju in oblikovanju stališč v Ekonomsko socialnem svetu, Državnem svetu ter v različnih komisijah in odborih Državnega zbora v Sloveniji. ZDS je **prvi in edini slovenski predstavnik delodajalcev**, ki je **član BUSINESSSEUROPE** – federacije evropskih delodajalskih in industrijskih združenj, **socialnega partnerja na evropski ravni**. ZDS je tudi **član Mednarodne organizacije delodajalcev IOE pri ILO** s sedežem v Ženevi, ki daje Združenju vpetost v globalne povezave med delodajalci. Od 1. aprila letos pa je ZDS pridobilo tudi **status člana opazovalca pri BIAC znotraj OECD** (Organizaciji za gospodarsko sodelovanje in razvoj).

ČLANI OCENJEVALNE KOMISIJE HORUS 2009

Predsednik ocenjevalne komisije (1. in 2. krog) je mag. Franc Hočevar, svetovalec predsednika RS za socialno in zdravstveno varstvo ter humanitarna vprašanja.

Člani 1. krog:

- mag. Franc Hočevar, svetovalec predsednika RS za socialno in zdravstveno varstvo ter humanitarna vprašanja, predsednik komisije za nagrado Horus,
- dr. Lučka Kajfež Bogataj z Biotehniške fakultete,
- Jože Gornik iz Centra nevladnih organizacij Slovenije,
- Doc. dr. Urša Golob s FDV, prva doktorantka komunikologije s področja družbene odgovornosti pri nas,
- predstavniki partnerjev –
 - Polona Marinček, PRSS
 - mag. Aleksander Salkič, predsednik PRSS,
 - Srečko Pirtovšek, urednik Kapitala,
 - zaslužni profesor ddr. Matjaž Mulej, IRDO,
- predstavniki podpornih partnerjev:
 - mag. Aleksandra Podgornik iz Štajerske gospodarske zbornice,
 - Tonja Blatnik iz Združenja Manager,
 - Jože Smole, generalni sekretar Združenja delodajalcev Slovenije
 - dr. Nadya Zhexembayeva iz Slovenskega združenja ZN za trajnostni razvoj,
 - Saša Mrak, vodja odnosov z javnostmi in vodja projekta Zlata nit pri Dnevniku.

Člani 2. krog:

- mag. Franc Hočevar, svetovalec predsednika RS za socialno in zdravstveno varstvo ter humanitarna vprašanja, predsednik komisije za nagrado Horus,
- Metka Štoka Debevec, sekretarka na MDDSZ, članica Skupine predstavnikov za družbeno odgovornost v Direktoratu za zaposlovanje in socialne zadeve pri Evropski komisiji,
- Drago Kos, predsednik Komisije za preprečevanje korupcije.

PREDSTAVITEV ČLANOV KOMISIJE

Tonja Blatnik

Tonja Blatnik je strokovna sodelavka za komunikacijo pri Združenju Manager, kjer med drugim opravlja funkcijo izvršne urednice revije MQ in pomočnice izvršne urednice revije Prepletanje, management za družbo. Svojo karierno pot je začela kot novinarka pri različnih medijih, nadaljevala na Fakulteti za družbene vede, kjer je kot raziskovalna sodelavka Centra za raziskovanje organizacij in človeških virov - v okviru projekta Upravljanje poklicnega znanja kot podlaga za izbiro izobraževalne poti, ki sta ga vodila dr. Ivan Svetlik in Anton Zdouc - postala soavtorica priročnika Vodnik po karirernih poteh in fakultetah. Tonja Blatnik sodeluje z različnimi mediji. Leta 2006 je v soavtorstvu posnela tudi krajši dokumentarni film za RTV Slovenija: Hidžre, ne moški ne ženske, ki je bil predvajan na Festivalu dokumentarnega filma v Mariboru (Dokma).

doc. dr. Urša Golob

Doc. dr. Urša Golob je docentka na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani. Doktorirala je na temo družbene odgovornosti podjetja in komuniciranja. Raziskovalno se ukvarja s področji marketinga, družbene odgovornosti podjetja in korporativnega komuniciranja. Svoje raziskovalno delo objavlja v uglednih mednarodnih revijah, kot so: Public Relations Review, Corporate Communications – An International Journal, Journal of Communication Management, Journal of Marketing Communications in European Journal of Marketing. Preden se je podala v akademske vode, je pet let delala kot svetovalka s področja korporativnega komuniciranja in odnosov z javnostmi.

Izbrane objave s področja družbene odgovornosti:

- Golob, U., Bartlett, J. L. Communicating about corporate social responsibility : a comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. Public relations review., 2007, vol. 33, no. 1, str. 1-9.
- Podnar, K., Golob, U. CSR expectations : the focus of corporate marketing. Corp. commun., 2007, vol. 12, no. 4, str. 326-340.
- Golob, U., Lah, M., Jančič, Z. Value orientations and consumer expectations of corporate social responsibility. J. mark. commun., Apr. 2008, vol. 14, no. 2, str. 83-96.
- Golob, U., Podnar, K., Lah, M. Social economy and social responsibility : alternatives to global anarchy of neoliberalism?. Int. j. soc. econ., 2009, vol. 36, no. 5, str. 626-640.

Jože Gornik

Jože Gornik je po osnovni izobrazbi ekonomist. Delo v nevladnih organizacijah ga je vodilo preko ustvarjanja pogojev za druženje v lokalnem mladinskem centru do prostovoljstva v Mladinskem cehu, kjer je dobil prvo zaposlitev. Bil je direktor Zavoda Janeza Smrekarja (mladinska ulični vzgoja) in direktor Zavoda za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij - CNVOS. Je zelo aktiven na različnih področjih, za katera so potrebna znanja, ki jih je pridobival na neformalnih izobraževanjih doma in v tujini. Je avtor knjig iger, izobraževalnih priročnikov, idejni pobudnik različnih projektov. Poleg tega se vseskozi ukvarja z inovativnimi praksami, inovativnimi metodami dela. Še posebej je aktiven pri pomoči različnim nevladnim organizacijam.

Kot aktiven sodelavec v NVO sektorju želi pripeljati pojem družbene odgovornosti na višji nivo, ne samo pri podjetjih, temveč tudi na strani nevladnih organizacij in posameznikov.

mag. Franc Hočevar

svetovalec predsednika RS za zdravstveno in socialno varstvo ter humanitarna vprašanja

Predsednik republike dr. Danilo Türk je mag. Franca Hočevarja 28. decembra 2007 imenoval za svetovalca za zdravstveno in socialno varstvo ter humanitarna vprašanja. Od leta 2005 do 2007 je bil svetovalec direktorja Inštituta za rehabilitacijo, v letih 2004 ter 2005 pa je bil mag. Hočevar generalni direktor Kliničnega centra Ljubljana.

Od leta 1999 do 2002 je bil svetovalec predsednika republike Milana Kučana, pred tem pa 20 let (1984-2004) direktor Inštituta za rehabilitacijo. Od leta 1978 do 1984 je bil mag. Franc Hočevar namestnik predsednika Republiškega komiteja za zdravstvo in socialno varstvo, od 1970 do 1973 pa je v predsedstvu Zveze mladine Slovenije vodil študijsko-raziskovalni center in center mladinskih klubov.

Magisterij je končal na Ekonomski fakulteti (1996), kjer je leta 1992 tudi diplomiral, s specializacijo na področju managementa. Leta 1973 je v Zagrebu diplomiral na Visoki defektološki šoli, leta 1968 pa tudi na Pedagoški akademiji v Ljubljani. Na srednji zobotehniški šoli v Ljubljani je maturiral leta 1965, osnovno šolo pa je obiskoval v Mokronogu.

Od leta 2005 predava na Šoli za direktorje v socialnem varstvu, pred tem (od 2001) pa je kot višji predavatelj predaval na Fakulteti za zdravstvene vede Univerze v Mariboru ter kot profesor (1974-1984) na Višji šoli za socialno delo.

Mag. Franc Hočevar se je rodil 4. julija 1946 na Gorenjih Jesenicah.

dr. Lučka Kajfež-Bogataj, red. prof.

Leta 1980 je diplomirala na Fakulteti za matematiko in fiziko, doktorski študij končala na Biotehniški fakulteti. Od leta 1997 redna profesorica, predava na BF in na Fakulteti za matematiko in fiziko. Od leta 1996 je vodja Centra za biometeorologijo na Biotehniški fakulteti, od leta 2002 do 2008 je bila članica Medvladnega panela za podnebne spremembe v Ženevi in od leta 2006 članica komiteja Globalnega klimatskega opazovalnega sistema (GCOS) pri Svetovni meteorološki organizaciji. Ukvarja se z raziskavami s področja klimatskih sprememb in aplikativne meteorologije. Objavila je 90 znanstvenih, več kot štiristo strokovnih in poljudnih člankov in leta 2008 knjigo »Kaj nam prinašajo podnebne spremembe?«. Dobitnica Nagrade mesta Ljubljane 2008, Reda za zasluge Republike Slovenije, Rože Mogote 2008, sodelovala pa je tudi v IPCC, ki je bil sodobitnik Nobelove nagrade za mir 2007.

Lučka Kajfež Bogataj holds a bachelor's degree in Meteorology and M.Sc. and Ph.D. in Biometeorology from University of Ljubljana. Her main research interests are climate change, agrometeorology, and applied meteorology. From 1997 she is Professor of Meteorology at Biotechnical Faculty and of Climatology at Dept. of Physics, University of Ljubljana and Head of Centre for Agrometeorology at Biotechnical faculty. She is/was involved in and leading several national and international scientific projects related to climatology; publicised many scientific publications. She is the recipient of many Slovenian honours and awards. She served as vice-chair of the Working Group 2 Fourth Assessment of the Intergovernmental Panel on Climate Change, providing scientific information to the United Nations Framework Convention on Climate Change. IPCC and Albert Gore, Jr. jointly received the Nobel Peace Prize in 2007. Since 2006 she is also a Member of GCOS (Global climate observation System) committee, WMO, in Geneva.

Drago Kos

Drago Kos, diplomirani pravnik, se je rodil 13.1.1961 na Prevaljah. Osnovno šolo in gimnazijo je obiskoval na Ravnah na Koroškem, na Pravni fakulteti v Ljubljani je diplomiral leta 1983. Takoj za tem se je zaposlil na Upravi za notranje zadeve v Slovenj Gradcu kot kriminalist. Leta 1987 je postal vodja skupine za zatiranje gospodarske kriminalitete. Ko je leta 1991 opravil tudi pravosodni izpit, je postal namestnik načelnika Urada kriminalistične službe v UNZ Slovenj Gradec. Leta 1993 se je preselil na Ministrstvo za notranje zadeve v Ljubljano, kjer je postal inšpektor v Oddelku za preiskave Uprave kriminalistične službe (UKS).

Leta 1995 je postal prvi vodja Sektorja za zatiranje organizirane kriminalitete, leta 1997 pa namestnik direktorja UKS. Od leta 1999 do 2001 je delal v Službi za evropske zadeve in mednarodno sodelovanje MNZ RS, kjer je kariero zaključil kot v.d. vodje službe. V začetku leta 2002 se je zaposlil v Uradu Vlade RS za preprečevanje korupcije kot državni podsekretar, predsednik Komisije za preprečevanje korupcije je postal leta 2004.

Na mednarodnem področju je Drago Kos trenutno aktiven kot predsednik Skupine držav Sveta Evrope proti korupciji – GRECO, bil je član Skupine specialistov Sveta Evrope za kazenskoopravne in kriminološke aspekte organizirane kriminalitete – PC-S-CO in ekspert na področju pranja denarja v odboru MONEYVAL. Republiko Slovenijo predstavlja tudi v Delovni skupini OECD za preprečevanje korupcije v mednarodnih poslovnih transakcijah in v Protikorupcijski pobudi Pakta stabilnosti – SPAI. Kot eksperta ga pogosto uporablja Svet Evrope, občasno pa tudi Evropska komisija in Mednarodni denarni sklad.

V Sloveniji in tujini pogosto nastopa z različnimi prispevki in predavanji na temo korupcije, organiziranega kriminala in prikritih preiskovalnih metod.

Polona Marinček

Kot samostojna svetovalka združuje znanja univerzitetne diplomirane inženirke krajinske arhitekture in komuniciranja. Z različnimi naročniki sodeluje pri pripravi in izvedbi komunikacijskih projektov. Od leta 2006 je vodja Sekcije za spodbujanje družbene odgovornosti v okviru Slovenskega društva za odnose z javnostmi ter ena od pobudnic Slovenske nagrade za družbeno odgovornost Horus. V letih 2006 in 2007 je bila direktorica družbe Populus d.o.o., ki se ukvarja s krajinskim in urbanističnim načrtovanjem. Od leta 2004 do 2005 se je kot vodja projektov v agenciji AV Studio d.o.o. posvečala spletnemu komuniciranju, pred tem pa je v agencij Pristop d.o.o. kot asistentka svetovalke nabirala izkušnje pri celovitem svetovanju na področju odnosov z javnostmi.

Saša Mrak

Saša Mrak je univ. dipl. komunikologinja. Na Dnevniku dela že od leta 2003, pred tem si je prve delovne izkušnje nabirala na Ministrstvu za zunanje zadeve v sektorju za odnose z javnostmi in kot novinarka v nekaterih slovenskih medijih. Je avtorica številnih člankov in intervjujev s slovenskimi in tujimi strokovnjaki za področje vodenja in kadrov ter slovenskimi in tujimi managerji na temo upravljanja s človeškimi viri in vodenja. Na Dnevniku je začela delati kot vodja projektov tržnega komuniciranja, nadaljevala kot urednica in projektni vodja za razvoj vsebin priloge Zaposlitve & kariera, od samega začetka leta 2007 pa je vodja nacionalnega izbora in medijsko raziskovalnega projekta najboljših zaposlovalcev Zlata nit, trenutno pa tudi vodja odnosov z javnostmi v časopisni družbi Dnevnik. Izkušnje je nabirala še kot televizijska voditeljica, pogosto pa nastopa tudi kot moderatorka konferenc in okroglih miz.

ddr. Matjaž MULEJ, zasl. prof.

DDr. Matjaž MULEJ je doktor ekonomskih znanosti (s področja teorije sistemov) in doktor menedžmentskih znanosti (s področja inovacijskega menedžmenta), zaslužni profesor teorije sistemov in inovacij. Je avtor dialektične teorije sistemov in teorije inovativnega poslovanja (za tranzicijske razmere). Objavljal je v +40 deželah in služboval v šestih. Objavil in uredil je preko 60 knjig in zbornikov. Bil je gostujoči profesor in raziskovalec v tujini 15 semestrov, med drugim na Cornell U., ZDA. Je član treh mednarodnih akademij znanosti in umetnosti. Je predsednik IFSR (s 37 asociacijami članicami in članstvom na vseh celinah) itd. V registru raziskovalcev ima številko 8082; tam je zapisanih preko 1400 avtorskih postavk. Ima okrog 120 citiranosti in preko 40 člankov v tujih revijah prvega ranga (s soavtorji). Bil je tudi dekan in prorektor Univerze v Mariboru v obdobju 1997-2001. V Mednarodni enciklopediji teorije sistemov in kibernetike, 2. izdaja (Charles François, ed., 2004), Saur, Muenchen, je devet vnosov o M. Muleju in njegovi dialektični teoriji sistemov. Je tudi v drugih podobnih publikacijah. Je predsednik Strokovnega sveta inštituta IRDO in predsednik Raziskovalnega sveta ZRC IRDO.

Srečko Pirtovšek

Srečko Pirtovšek, univerzitetni diplomirani ekonomist EPF Maribor je glavni in odgovorni urednik Založbe Kapital

V svojem petindvajsetletnem novinarskem delu je opravljal naslednje funkcije:

- Odgovorni urednik študentskega časopisa Katedra
- Urednik študentski oddaj na radiu Maribor
- Urednik in novinar pet let na Radiu Maribor
- Urednik regionalnega programa TV studia Maribor
- Urednik borzne oddaje Poslovna borza na TV Slovenija
- Glavni in odgovorni urednik revije Kapital, Zlati Kapital, Golf Slovenija, Navtika Kapital in Mariborčan
- Kot diplomirani ekonomist avtor več kot 1.000 različnih prispevkov v zgoraj navedenih edicijah.
- Avtor več kot 500 komentarjev v revijah Kapital in Mariborčan
- Soavtor knjige Abeceda borznitstva

mag. Aleksandra Podgornik

Je direktorica Štajerske gospodarske zbornice, ki jo vodi na osnovi svojih dolgoletnih izkušenj na področju gospodarstva. Pri tem so ji v veliko pomoč tudi dodatna izobraževanja izmed katerih izstopa certifikat podjetniškega svetovalca na področju podjetništva in marketinga na Mednarodni akademiji za podjetniške svetovalce.

Svoje 10 letne izkušnje v gospodarstvu je pridobivala na različnih delovnih mestih kot je vodja marketinga v podjetju Struc Tovarna kos in srpov d.o.o, vodja programa živil v podjetju Horizont d.o.o. in kot izdelčni vodja v podjetju Henkel Zlatorog v Mariboru. Pred dvema letoma je pridobila naziv magistra ekonomskih znanosti in poslovnih ved.

mag. Aleksander Salkič

Mag. Aleksander Salkič, je zaposlen v družbi Petrol d.d., Ljubljana, kot svetovalec predsednika uprave za odnose z javnostmi. Pred tem je bil zaposlen na Slovenskih železnicah kot pomočnik izvršenega direktorja za strateško trženje in razvoj in vodja službe za organizacijsko komuniciranje. Pokriva celotno področje odnosov z javnostmi, del tržnega komuniciranja in svetovanje vodstvu podjetja. Največji del svojih prvih delovnih izkušenj je nabiral na področju novinarstva. Leta 1990 je sodeloval pri vzpostavitvi območno največjega televizijskega kabelskega sistema v Sloveniji in pri postavitvi informiranja prek TV Medvode z rednimi informativnimi oddajami, ki tečejo še danes. Sodeloval pri ustanavljanju nove komercialne televizije POP TV, kjer je bil novinar in voditelj dnevno informativne oddaje 24 ur. Leta 1999 je nadaljeval svojo poklicno kariero na področju odnosov z javnostmi. Od leta 2005 do 2008 je bil podpredsednik uprave Slovenskega društva za odnose z javnostmi, od leta 2008 naprej pa je predsednik društva. Leta 2007 je zaključil magistrski študij Poslovedenja in organizacije na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani, smer trženje.

Jože Smole

Je izkušen pogajalec in strokovnjak za področje socialnega partnerstva in delodajalskih organizacij. Diplomiral je na fakulteti za strojništvo s področja tekstilne tehnologije na Univerzi v Mariboru, kjer je dokončal tudi podiplomski specialistični študij Računalniško podprti informacijski sistemi v tekstilni proizvodnji. Kariero je začel leta 1982 v podjetju Svila, kjer je naposled postal generalni direktor. 1990 je bil izvoljen za poslanca Državnega Zbora na prvih večstrankarskih parlamentarnih volitvah. 1997 nadaljeval kot državni sekretar za mala gospodarstva na Ministrstvu za malo gospodarstvo in turizem. Leta 2000 je prišel na Gospodarsko zbornico Slovenije kot Sekretar združenja za tekstilno, oblačilno in usnjarsko predelovalno industrijo, 2 leti kasneje je napredoval v svetovalec predsednika GZS za regionalni razvoj. Od leta 2003 do 2007 je bil vodja pogajalske skupine GZS za socialni dialog. Januarja 2008 je bil imenovan za generalnega sekretarja Združenja delodajalcev Slovenije.

Metka Štoka Debevec

Je diplomirana ekonomistka, večino delovne dobe zaposlena na Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve, oziroma njegovih predhodnikih. Ves čas je delala na področju socialnega dialoga in dogovarjanja s socialnimi partnerji (o politiki plač, sklepanje kolektivnih pogodb za javni sektor; vse od osamosvojitve Slovenije je bila zadolžena tudi za pripravo in sklepanje socialnih sporazumov, pri čemer še vedno sodeluje). Družbena odgovornost podjetij sodi v njeno delovno področje zadnja tri leta, odkar je članica Skupine visokih nacionalnih predstavnikov za družbeno odgovornost podjetij pri Evropski komisiji. V tej vlogi se udeležuje rednih sestankov komisije ter konferenc in drugih srečanj na to temo, kjer pridobiva nove izkušnje, znanja in informacije.

Ministrstvo RS za delo, družino in socialne zadeve je znotraj vlade zadolženo za koordinacijo priprave nacionalnega poročila o javnih politikah na področju družbene odgovornosti, kar tudi sodi med njene neposredne zadolžitve.

dr. Nadya Zhexembayeva

Dr. Nadya Zhexembayeva je direktorica enoletnega podiplomskega mednarodnega Executive MBA študija IEDC-Poslovni šoli Bled in podpredsednica Slovenskega društva ZN za trajnostni razvoj (UN Global Compact Slovenia). Je agentka koristi za ves svet (Agent of World Benefit) na Weatherhead School of Management, ki deluje v okviru Univerze Case Western Reserve v ZDA. V svojem raziskovalnem delu se osredotoča na pozitivne organizacijske spremembe, sistemske pristope k razvoju organizacij in družbeno odgovornost podjetij v razvijajočih se ekonomijah. Je tudi direktorica World Inquiry, globalnega foruma za vzpodbujanje poslovnih inovacij s pozitivnim učinkom na družbo, ki deluje v sklopu Centra za poslovni svet kot gibal dobrobiti sveta (B·A·W·B) pri Univerzi Case Western Reserve, ZDA. Pri svojem delu sodeluje s predstavniki poslovnega sveta, civilne družbe in akademskega sveta. Leta 2007 se je dr. Zhexembayeva pridružila podjetju Sustainable Value Partners, enemu najstarejših in najuglednejših svetovalnih podjetij s področja trajnostnega razvoja in družbene odgovornosti na svetu.

PREDSTAVITEV FINALISTOV

Kategorija: mikro-majhna podjetja:



INFOTEHNA d.o.o.

Glavni trg 20, 8000 Novo mesto

Infotehna je visokotehnološko podjetje. Gradijo specifične informacijske rešitve, ki jih uporabljajo regulirane organizacije: proizvajalci zdravil, banke, zavarovalnice, državna uprava in drugi z njihovo pomočjo učinkovito obvladujejo obsežno dokumentacijo ter kompleksne delovne procese. Z nogami stojijo na trdnih tleh, zato se zavedajo pomena trajnostno naravnane načina razmišljanja. Družbena odgovornost za njih ni modna muha, temveč imperativ: poudarjajo skrb za zaposlene in kupce, sodelovanje z lokalno skupnostjo in odgovoren odnos do narave.

Zaposleni so vir idej in znanja: kakovostne ljudi je izjemno težko dobiti, izziv predstavljata tudi ohranjanje in nadgradnja znanj. V Infotehni se izobražujejo vsi. Ker delujejo v visokotehnološkem okolju, je učinkovita inovacijska politika neizogibna: ideje nagrajujejo. Sleherni sodelavec lahko izkoristi številne ugodnosti, denimo brezplačne aktivnosti v okviru Infotehninega športnega ali kulturnega kluba. Zaposlene aktivno povezujejo z naravo in skupnostjo: trudijo se vlagati svoj čas, ne zgolj sredstev, in tako prispevati k spremembam. Vsak lahko izkoristi plačan dan dopusta, če ga porabi za okoljevarstvo ali družbeno korist. Tudi njihove rešitve so ekološko naravnane: izračunali so, da so njihovi uporabniki zaradi dela z Infotehninimi rešitvami prihranili že več kot 7.000 dreves! Svoje partnerje redno informirajo: izdajajo bilten, pripravljajo specializirane dogodke ter letno konferenco, na katerih izmenjujejo izkušnje. Odprti so za kritike in spremembe. K odgovornemu ravnanju jih vodi želja po uspehu. Trudijo se ohranяти tesne, pristne in dolgoročne odnose z vsemi, ki prihajajo v stik z njimi. Vedno seveda to ni enostavno, vendar gre za preprosto dejstvo, da mora tisti, ki želi napredovati in biti uspešen, vseskozi ravnati tako, da ostaja v koheziji tako sam s seboj kot tudi z okolico.



Informa Echo
Integrated Communications

INFORMA ECHO d.o.o.
Na Korošci 15, 1000 Ljubljana

Informa Echo, agencija za integrirano komuniciranje, je na osnovi lastnega know how-a (knjiga 9K - 9 korakov učinkovitega komuniciranja) razvila Model sinergijskega poslovanja, po katerem je zasnovala svojo dejavnost.

Pojem sinergija ponazarja ustvarjalno sodelovanje na osnovi usklajevanja potreb in interesov med posamezniki, podjetji in družbo kot celoto.

Dejavnost agencije vključuje odnose z javnostmi in javne zadeve, načrtovanje in izvajanje akcij integriranega komuniciranja (povezovanje komuniciranja in poslovanje), oglaševanje in vizualne komunikacije ter spletno komuniciranje.

- V središču vsakega od 3 programov, ki tvorijo Model sinergijskega poslovanja, je učinkovita raba energije, ki je v osnovi usmerjena v družbeno odgovorno ravnanje.
 - **Mreža družbeno-poslovne koristi Sinergija** povezuje več kot 40 podjetij, ustanov in NVO.
 - Večletna **kampanja Energija si, bodi učinkovit**, katere pobudnik je skupina HSE, je vseslovenska kampanja, ki je z izpeljanimi akcijami doslej spodbudila 37% Slovencev, da so začeli ukrepe URE uvajati v svojih domovih.
 - **Raziskava energetske učinkovitosti Slovenije - REUS**, je prva tovrstna specializirana kontinuirana raziskava v Sloveniji.
- Pri zaposlenih spodbujajo celovit osebnostni razvoj, ki ga razumejo kot pogoj za usklajevanje in uspešno povezovanje potreb in interesov na različnih ravneh družbe, kar je bistvo komuniciranja kot osnovne dejavnosti agencije Informa Echo.
- Naročnike preko mreže Sinergija aktivno spodbujajo in vključujejo v družbeno koristne akcije (v zadnji akciji »Izračunaj svoj CO2 odtis« je sodelovalo 35 podjetij).

V agenciji Informa Echo razumejo družbeno odgovornost kot ustvarjanje sinergijskih povezav na osebni in poslovni ravni, s tem pa doseganje sinergijskih učinkov, ki predstavljajo merljivo dobrobit na ravni širšega družbenega interesa.



DOMENCA d.o.o.
Spodnji plavž 24e, 4270 Jesenice

Domena je kakor otroško ime. Otroka poimenujemo še, ko je sam še čisto nebogljjen in je pred njim še vse življenje. Vanj usmerjamo svoje projekcije in želje. Skozi leta mu pomagamo odkrivati ta svet, ga učimo, delimo z njim naše izkušnje in vrednote.

Naenkrat opazimo, da se pred nami začne oblikovati čisto prava osebnost. Samostojna osebnost. Večkrat tudi drugačna od naših želja in pričakovanj. Naučimo se ji prisluhniti. Naučimo se postati njeni prijatelji. Naučimo se biti z njo. In naučimo se skupaj z njo razvijati tudi sami.

Domenca je tukaj od samega začetka in s svojimi dolgoletnimi izkušnjami najboljši svetovalec za razvoj vaših spletnih osebnosti.

Uspešne spletne zgodbe ustvarjajo v Domenci že od leta 1999. In uspeha ne merijo s številom nagrad (čepprav je njihov nabor ravno tako impresiven), temveč predvsem s tem, da so to projekti, ki so postavili mejnike v slovenskem spletnem prostoru in se organsko razvijajo naprej. Vsa ta rast pa se začne s semenom (domeno), ki ga posejejo na skrbno izbrano prst (gostovanje) in mu omogočijo kar največ sončnih dni v letu. Z nasmehom.

Danes je Domenca eno najbolj prepoznavnih imen na področju razvoja spletnih aplikacij, medijev in postavitve raznolikih spletnih projektov, ki želijo uspeti. Ponašajo se z največjim tržnim deležem na področjih gostovanja in registracije domen. Niso le svetovalci, ampak predvsem razvojno naravnano podjetje, ki ima svoje korenine globoko v tehničnih plateg omrežja vseh omrežij. Na področjih, ki jih pokrivajo, orjejo ledino z uvajanjem novih tehnologij. Zrasli pa so tudi drugam. Ker idejam dajejo izvedbo, zgodbam vsebino in imenom osebnost.

V Domenci ne delujejo po ustaljenih tirnicah in si konvencionalni niti ne želijo postati. Čepprav z mnogimi uspešnimi podjetji delimo fokus k inovativnosti in strast do razvoja naših produktov, želijo negovati prijateljsko vzdušje majhnih podjetij. Tudi zato jim uspeva dosežati tako velike uspehe in dobre rezultate.

Že od samega začetka so pionirji pri uvajanju novih tehnologij in novih postopkov, zato je v osrčju njihovih vrednot **znanje**. Veliko večje ideje se rodijo, če staknemo več brihtnih glav **skupaj**. In ravno zaradi tega sami od sebe zahtevajo veliko, **popolnost**. Ideje in prizadevanja povežejo na skupnem imenovalcu **odgovornosti**, ki jo izžarevamo na individualni in kolektivni ravni. V Domenci temu koktejlju dodajo še skrivno sestavino, ki poskrbi, da je vse skupaj tudi **zabavno** in **kul**.

Kategorija: srednje velika podjetja:



MIMOVRSSTE d.o.o. **Spodnji plavž 24e, 4270 Jesenice**

Spletni center sodobnih nakupov mimovrste=) je nastal kot uresničitev ideje, da bi kupcem omogočili **udoben, prijazen in varen** nakup preko svetovnega spleta.

Vsi vemo, kako nadležno je hoditi od trgovine do trgovine, iskati in primerjati izdelke, ko pogrešamo objektivno strokovno pomoč in informacije o lastnostih izdelkov, hkrati pa ne vemo, ali je nakup v tej trgovini zares najbolj ugoden.

Sodobni nakupi brez čakanja v vrsti so se prvič uresničili jeseni leta **2002**, ko je z delovanjem začela spletna prodajalna mimovrste=), specializirana za računalniško opremo. Začeli so kot majhna ekipa treh ljudi, v majhni trgovini in skladišču na Jesenicah.

Na srečo so se lahko za tehnično podporo zanesli na sestrsko podjetje **Domenca**, ki je bilo že takrat vodilni ponudnik gostovanja in registracije domen. Zastavili so si jasen cilj: želijo izdelati **prijazno spletno trgovino**, ki bo zagotavljala **zares udoben nakup** ter **kakovost storitev**, kot so jih poznali iz spletnih trgovin onstran Atlantika.

Niso želeli poudarjati, da so tudi cenovno ugodni, čeprav so bile njihove **Spletne cene** vedno zelo ugodne. V prvem letu so doživeli zares nepričakovan odziv, saj so zabeležili okoli 4.000 naročil (zanimivo: danes več kot toliko naročil sprejmejo vsak mesec). Drugo leto poslovanja je bilo še bolj uspešno, saj so število naročil že potrojili in to jih je spodbudilo, da so trgovino še naprej intenzivno razvijali.

Tako so **jeseni 2004** lansirali Spletni nakupovalni center mimovrste=) - tehnično in oblikovno prenovljeno spletno trgovino z razširjenim prodajnim programom (foto oprema, DVD filmi, glasbene zgoščenke). Neprespane noči programiranja in oblikovanja ter trmoglavo sledenje konceptu prijaznosti, tudi na račun poslovne neuspešnosti, so se jim obrestovali z nagrado ePodjetnik leta 2005 ter tudi kasneje tega leta, ko so uspeli s količino naročil doseči točko preloma in začeli poslovati pozitivno. Danes ekipa šteje 80 sodelavcev, ki obvladujejo več kot 45.000 artiklov v 13 prodajnih oddelkih in uspešno zaključijo 10.000 naročil vsak mesec.

Rast je bila hitra, več kot 100-odstotna že vsa leta, ni pa prišla brez zapletov. Prostorske omejitve skladišča in prostorov za zaposlene, neizprosna konkurenca in nizke marže so zahtevale nenehno optimizacijo poslovnih procesov in posvečanje avtomatizaciji poslovanja.

Poleti 2007 so predstavili ponovno v celoti prenovljeno spletno trgovino, tokrat so jo poimenovali **Spletni center sodobnih nakupov mimovrste=)**. Menijo, da so uspešno zaključili obdobje optimizacije procesov in imajo zares učinkovito orodje, zato v središče pozornosti zopet prihaja skrb za **prijazen, kakovosten, udoben in sodoben nakup**. Še vedno ne stojijo v vrsti, ampak gredo mimo. Tako kot to počnejo že od začetka.

Leta 2008 so prejeli veliko nagrado Netko za e-trgovino leta ter postali gorenjska Gazela ter bronasta Gazela Slovenije za leto 2008, bili pa so tudi med finalisti Zlate niti 2008.

Dejstva in številke:

- 13 oddelkov,
- 45.000 artiklov,
- mesečno jih obiše 550.000 obiskovalcev,
- od katerih je 155.000 registriranih uporabnikov,
- dnevno pošljejo 500 paketov,
- 10.000 zaključenih naročil vsak mesec,
- 80 sodelavcev, ki skrbijo za celostno in prijetno nakupovanje,
- 70-odсотna rast že štiri leta zapored (promet 2008: 14,7 milijona evrov).



ATECH ELEKTRONIKA d.o.o.

Bač pri Materiji 30, 6242 Materija

Delovni dan ATEcha ustvarjajo potrebe trga. Današnje in tiste, ki šele nastajajo. Z inovacijami elektronskih sistemov prispevajo k razvoju na področju varčevanja z energijo, trga zaščite in udobja. Naj se sliši še tako preprosto, njihovi izdelki kupcu rešujejo probleme - je moto družbe.

Glavni področji, s katerimi se je brkinski ATEch uveljavil v mednarodni konkurenci, sta elektronika motorskih kontrol in povezovalnih modulov. Razvijata se pod blagovnjima znamkama SmartMove in Smartline, ki sta plod lastnega razvoja. K trajnostnemu razvoju naravnane inovacije so rezultat ustvarjanja visokotehnoloških elektronskih sistemov v okolju odličnosti, ki jo ATEch dosegata s pomočjo sodobnih informacijskih sistemov v organizacijskih in razvojnih postopkih ter z avtomatizacijo v proizvodnji.

V 2008. letu se je družini izdelkov pridružil FUMIS - najnovejša linija za učinkovito in varno kontrolo kotlov ter peči na kurilne pelete. S FUMISom je podjetje ATEch Slovenijo približalo ekološko najnaprednejšim državam, ki razvijajo in spodbujajo tehnologijo za ekološko (u)porabo naravnih dobrin.

Okolje in družba sta dve od treh temeljnih vrednot podjetja ATEch: podjetje ju je postavilo v ospredje že v fazah zgodnje dinamične rasti. »Pri tem kot vlaganje razumemo čas, denar in prizadevanje razvojnega in trženjskega tima, ki daje rezultat v okolju prijaznih dejavnostih in izdelkih,« poudarja direktor **Davor Jakulin**.

Okolju prijazen razvoj rezultatov ne prinaša le poslovnih uspehov, temveč se odraža tudi z vrsto priznanj. ATEch je prejemnik nagrade za dinamično in trajnostno naravnano rast, gazele primorskonotranske regije 2003, nosilec najpodjetniške ideje 2005, družina izdelkov FUMIS je prejela priznanje okolju prijazna inovacija na Slovenskem forumu inovacij 2008 itn.

Družbena vpetost ATEcha se udejanja tudi s sodelovanjem v različnih iniciativah, kot so UN Global Compact, gibanje za inovacijsko komuniciranje InKo, kot tudi v prehodu podjetja na ogrevanje z obnovljivimi viri energij, ki jo potrjuje certifikat ravnanja z okoljem ISO14001. ATEch je med aktivnimi člani Združenja Manager, sodeluje z revijo Prepletanje, management za družbo, in se glede na zmožnosti odziva na podjetniške in inovativne pobude okolja.

Tretja ATEchova temeljna vrednota so ljudje. "Naš uspeh je rezultat dela mnogih. Zaposleni v ATEchu verjamemo drug v drugega in skozi timsko delo neprestano gradimo vzdušje sodelovanja.« Visoke stopnje rasti pri poslovanju, ki jih dosegajo gazele, ne bi bile mogoče, če ne bi znali aktivirati vseh notranjih potencialov podjetja. To lahko podjetje dosega le s skrbno izbiro zaposlenih, ki živijo iste vrednote kot podjetje ter kasneje skrbijo za kakovost odnosa med organizacijo in posameznikom. Oboje se odraža v rezultatih izbora Zlata nit, v katerem se je ATEch že dve leti zapovrstjo uvrstil med 101 najboljšega zaposlovalca Slovenije.

Strateška usmeritev EU je biti prvi v svetu na področju obvladovanja tehnologij zmanjševanja toplogrednih plinov. ATEchove inovativne ideje za inteligentne izdelke souresničujejo to usmeritev.

Kategorija: velika podjetja:



MERCATOR d.d.

Dunajska c. 107, p.p. 3234, 1001 Ljubljana

Mercator se zaveda vpetosti v družbeno in naravno okolje, spodbuja gospodarski, socialni in družbeni razvoj vsakega lokalnega okolja, v katerem deluje, ustvarja širše gospodarske in družbene učinke, oblikuje prijazna in urejena okolja za potrošnike in zaposlene ter povečuje kakovost ponudbe blaga in storitev. Prizadevajo si tudi za izboljševanje okoljskih vidikov poslovanja, gospodarno ravnanje in racionalno rabo energije, surovin in drugih naravnih virov. V Mercatorju verjamejo, da poslovni uspeh podjetja temelji na ekonomski racionalnosti, uravnoteženem razvoju in vpetosti v naravno in družbeno okolje. Zato sledijo načelu, da je podjetje dolgoročno učinkovitejše, če v zasnovano strategijo lastnega razvoja vključi tudi skrb za okolje, čiste tehnologije in ekološko sprejemljive izdelke. Prizadevajo si za vključevanje vseh pomembnih deležev v projekte, ki prispevajo k razvoju podjetja po načelih trajnostnega razvoja. Tako v Mercatorju stalno poteka več projektov v okviru skrbi za zaposlene, na področju ekologije in pomoči najbolj občutljivim skupinam ljudi. Podjetje tako stalno utrjuje svojo povezanost z okoljem in ljudmi in stalno prispeva h kakovosti njihovega življenja, tako s svojim poslovanjem, načinom delovanja v lokalnih okoljih in s skrbjo za zaposlene, kot tudi z različnimi donacijami in humanitarnimi projekti.

V Mercatorju pospešeno sledijo načelom trajnostne trgovine in si skladno z zakonodajnimi in tržnimi zahtevami ter zahtevami kupcev prizadevajo za trajnostno naravnane lastne aktivnosti, obenem pa spodbujajo tudi dobavitelje k trajnostni proizvodnji in kupce k trajnostni potrošnji.

Konkretne aktivnosti za bolj odgovoren odnos do okolja v Mercatorju razumejo ne le kot eno od konkurenčnih prednosti družbeno odgovornega podjetja, ampak kot temelje za nadaljnji uspeh in celo obstoj vsakega sodobnega podjetja.



SI.MOBIL d.d.
Šmartinska 134b, 1000 Ljubljana

Si.mobil je kot prvi zasebni mobilni operater v Sloveniji uporabnikom svoje storitve predstavil marca 1999. Z njihovim vstopom na trg se je začela razvijati konkurenca na slovenskem telekomunikacijskem trgu. Cene storitev in mobilnih aparatov so se začele zniževati, kakovost je rasla in mobilna telefonija je postala dostopna vsem uporabnikom. Družba Si.mobil je tako med uporabniki prepoznana kot operater, ki s profesionalnim pristopom nudi kakovostne storitve, vredne svoje cene. K družbeni odgovornosti je treba pristopiti celovito in ne zgolj izvajati njenih primarnih oblik, kot so sponzorstva, donatorstva in druge filantropične dejavnosti. Postaviti je treba jasno povezavo med družbeno odgovornostjo in poslovanjem, vrednotami in organizacijsko kulturo določenega podjetja. Na Si.mobilu so se ga lotili tako kot se lotimo vsake pomembne stvari, od znotraj navzven. Postati zares odgovoren do družbe in okolja pomeni najprej poznati samega sebe, se spremeniti in razumeti sporočilo. Biti okoljsko in družbeno odgovoren v času velikih hitrosti življenja in poslovanja ter širitve tehnologije ni preprosto.

V Si.mobilu pri vseh svojih dejavnostih postavljajo v ospredje ljudi. Tako je skrb za njihove sodelavce eno od ključnih področij družbene odgovornosti. Poleg udeležanja ukrepov v okviru certifikata Družini prijazno podjetje želijo za svoje ljudi zmeraj narediti korak več. Za otroke sodelavcev so oblikovali otroški lik vidre in ga poimenovali Lutr, ki otrokom na zabaven in nevsiljiv način približa skrb za okolje in teme, kot so reciklaža ter pomen čistih in zdravih voda. Otroci sodelavcev so se lahko z Lutrom prvič srečali na sprejemu Božička, v aprilu 2009 pa so se z njim zabavali na dnevu odprtih vrat, kjer so se skupaj s starši sprehodili po Si.mobilu in videli, kje njihovi starši preživljajo čas, ko niso z njimi. Si.mobil je noro dobro podjetje tudi zato, ker znajo delati dobro in se ob tem tudi zabavati. Njihovi sodelavci se lahko pridružijo Skupini za šport ali Eko timu, poleg tega pa organizirajo tudi piknike, novoletno zabavo in različne team buildinge. Posebno pozornost so pred dobrima dvema letoma začeli posvečati okolju. Postavili so vizijo, da v naslednjih letih postanejo sinonim za čiste in zdrave vode v Sloveniji. Začeli so z majhnimi koraki, najprej pri sebi. Naredili so podroben popis stanja, izmerili svoj CO₂ odtis in določili vrsto ukrepov, kako ga zmanjšati. Svojim okoljskim aktivnostim so nadedli ime, podobo, optimistične in igrive »osebnostne« značilnosti s ciljem, da odgovoren odnos do okolja postane njihova filozofija, kultura poslovanja. V prvi fazi so izpostavljali ključna področja ekologije: Reuse, Recycle and Reduce in jih povezali z besedo Rethik, ki povzema novo ekonomsko paradigmo. V drugi fazi so združili slovensko in angleško besedo, ki pomeni ponovni premislek in dobili ime Re.misli.

Ponovno se je utrdilo dejstvo, da se je treba vsakega projekta lotiti od znotra navzven, torej začeni pri svojih sodelavcih in šele kasneje nadaljevati z aktivnostmi izven organizacije. V duhu filozofije Re.misli si Si.mobil prizadeva postati sinonim za zdrave in čiste vode v Sloveniji. Zato je družba ustanovila Sklad Si.voda kot samostojno in neodvisno inštitucijo, v katero se bodo transparentno stekala sredstva, namenjena ohranjanju čistih in zdravih voda v Sloveniji. Sklad Si.voda bo razpisoval razpise za investiranje v projekte, ki pripomorejo k ohranjanju voda ter izboljševanju kakovosti pitne vode. Organi zavoda pa bodo tehno in strokovno izbrali primeren projekt za investiranje.

Si.mobil želi čut za sočloveka spodbuditi tudi pri mladih pripadnikih ORTO generacije. Zato že tradicionalno organizira dobrodelno prireditve Žur z razlogom. Mladim želi pokazati, da lahko z drobno gesto, kot je donacija že enega evra, veliko pomagajo. Lani se je na Žuru v celotnem večeru zvrstilo rekordno število mladih, preko 30.000. Si.mobil je ves zbran denar z SMS donacijami in prek portala Vodafone live! doniral Društvu Beli obroč, ki je sredstva namenil mladim žrtvam kaznivih dejanj. Ko spoznaš sebe, lahko o tem učiš tudi druge. Lahko začneš vračati in usmerjati, učiti in spodbujati. In razlikovalna prednost tovrstnega Re.misli razmišljanja je ravno to. Ne multiplicirajo zgolj sporočila, multiplicirajo način, željo, voljo. Multiplicirajo vpliv ljudi na okolje in družbo. In kar je najpomembnejše, omogočajo, da lahko ljudje sami zmanjšajo svoj vpliv na okolje s konkretnimi dejanji.



ZAVAROVALNICA MARIBOR d.d.

Cankarjeva 3, 2507 Maribor

Zavarovalnica Maribor deluje v strogo konzervativnem finančnem sektorju, pa vendar skozi leta svojega delovanja postavlja percepcijo zavarovalnice z visoko stopnjo inoviranja in prilagajanja svoje osnovne dejavnosti (zavarovalništva) potrebam svojih deležnikov (izjemno širok spekter, saj so potencialni zavarovanci prav vsi prebivalci Slovenije). Z aktivnostmi in projekti dokazujejo, da so izrazito družbeno odgovorno podjetje; tega ne pojmujejo »le« kot trajnostni razvoj, torej kot odgovornosti do okolja, marveč tudi kot odgovornost do partnerjev, zavarovancev ter do zaposlenih. Družbeno odgovornost dokazujejo s projekti, ki jih izvajajo sami in v sodelovanju z zunanjimi partnerji. V preteklosti so izpeljali več ekoloških, izobraževalnih, preventivnih itd. projektov, ki so imeli specifične cilje - od osveščanja, poziva k akciji ...

V 2008. letu so se odločili, da bodo komunikacijo in skrb za ekologijo umestili tudi v samo prodajno politiko (ne le v komunikacijske in izobraževalne projekte z Ekošolami, ministrstvi, občinami, osnovnimi šolami itd.). Zato voznike, ki se obnašajo racionalno in uporabljajo tudi javna prevozna sredstva ali kolo ali hodijo peš ter tako prevozijo manj kot 15.000 kilometrov, nagradijo s progresivno lestvico popustov - poimenovali smo ga Eko-popust.

Družbeno odgovornost pa v Zavarovalnici Maribor kažejo tudi s pomočjo preventivnih akcij, sponzorskih in donatorskih projektov. Okolje, v katerem delujejo (celotna Slovenija), potrebuje za ohranjanje multikulturalnosti in pluralnosti mnenj sredstva za udejanjanje svojih ciljev. Prav zato na nacionalni in lokalni ravni podpirajo športne, kulturne, izobraževalne in raziskovalne projekte.

Zaposleni, ki delujejo družbeno odgovorno, si tudi sami zaslužijo 'družbeno odgovornost'. Kot pilotsko podjetje so v Zavarovalnici Maribor pristopili k projektu 'Družini prijazno podjetje', so pa uvrščeni tudi na lestvico 100 najboljših zaposlovalcev. Po raziskavi Hewitt Associates so na tretjem mestu med slovenskimi zaposlovalci. V Zavarovalnici Maribor se zavedajo, da samo samomotivirani zaposleni lahko učinkovito delajo prave stvari na pravi način.



PREMOGOVNIK VELENJE d.d. **Partizanska cesta 78, 3320 Velenje**

Osnovna dejavnost Premogovnika Velenje je pridobivanje rjavega premoga in lignita. Slogan Čut za prihodnost zajema vrednote in filozofijo podjetja, s katerimi išče rešitve za ohranjanje kakovosti življenja sedanjih in prihodnjih generacij.

Družbeno odgovornost pojmujejo kot resno zavezo za ekonomsko uspešnost, kakovost življenja in dela zaposlenih, sodelovanje z lokalno skupnostjo in skrb za širše okolje.

Skrb za zaposlene je strateški cilj družbe. Zagotavljajo primerne pogoje za delo, zaščitno opremo, skrbijo za razvoj tehnologije, s preventivnimi zdravniškimi pregledi in preventivnimi oddihi omogočajo varovanje zdravja zaposlenih. Preko Športnega društva in publikacij promovirajo zdrav življenjski slog. Imajo usposobljeno službo Varstva pri delu, stalen nadzor nad pogoji dela, visoko strokovno, tehnično in fizično usposobljeno jamsko reševalno četo.

Zavedajo se pomembnosti dobrih medsebojnih odnosov. Priložnost za to je tradicionalno srečanje zaposlenih, nekdanjih zaposlenih in njihovih družinskih članov, poslovnih partnerjev ter drugih ob rudarskem prazniku. Za kvalitetne medsebojne odnose skrbijo z izbiro in izobraževanjem vodij. Zadovoljstvo zaposlenih redno merijo in analizirajo. Vključeni so v projekta SiOK in Zlata nit. Zavedajo se pomembnosti osebne komunikacije, interni mediji pa imajo funkcijo prenosa vseh pomembnih informacij.

Veliko skrb namenjajo izobraževanju in usposabljanju vseh zaposlenih (osnovni proces, varnost in zdravje pri delu, veščine komuniciranja, čustvena inteligenca, zdrav življenjski slog ...).

Premogovnik sistematično gradi odnose tudi z **lokalno skupnostjo**. Zavedajo se, da s svojo dejavnostjo močno posegajo v lokalno okolje, da so Šaleški dolini veliko vzeli, pa tudi veliko dali. Veliko povojnega razvoja Velenja temelji na premogu: razvoj samega mesta, infrastrukture, šolstva, kulture, športa. Območja, kjer je odkopavanje premoga zaključeno, sproti urejajo. Ob jezerih, ki so nastala s pogrezanjem tal zaradi pridobivanja premoga, so zgradili turistično-rekreacijski center, mestni stadion, teniška igrišča ter pohodne in tekaške steze, na katerih prosti čas aktivno preživljajo številni domačini in tudi drugi obiskovalci, gostje ter turisti. Podpirajo številne prireditve, ki se odvijajo v tem okolju, veliko je že tradicionalnih (nogomet, atletika, konjeništvu, tenis ...). Zadnji večji akciji sta bili postavitev 100 klopi v TRC in ureditev nove kolesarsko-sprehajalne poti okoli Velenjskega jezera.

V lokalnem okolju so pomemben delodajalec. V pridobivanje kadrov se vključijo že v času šolanja. Imajo 158 študentov. Izvajajo praktično usposabljanje za svoje študente in za druge šolajoče.

V letih 2008 in 2009 so podelili 3 štipendije pod geslom »Energija znanju - znanje energiji« študentom iz Šaleške doline. Družba PV Invest je kupila prostore Stare elektrarne v Velenju, kjer bosta domovala nova Fakulteta za energetiko in Inštitut za energetiko, dodeljena pa ji je bila tudi koncesija za izgradnjo Doma za varstvo odraslih v Topolšici. Vsem prvošolčkom so podarili rumene majice za varno pot v šolo. Premogovnik Velenje je sponzor 26 društvom, klubom oz. združenjem, podpira posebne projekte na raznih področjih, donira pa tudi v humanitarne namene.

Odnos do okolja je zapisan v okoljski politiki, zaveza pa je potrjena z okoljskim standardom ISO 14001. Tudi v povezanih družbah podpirajo razvoj programov učinkovite rabe energije in okolju prijaznih tehnologij. V energetske pisarni se zbirajo predlogi in nastajajo projekti za učinkovito rabo energije v Skupini PV, prejeli so nagrado za energetske varčno podjetje.

Sodelujejo pri raziskovanju in iskanju rešitev problema CO₂. V izdelavi je naloga Efektivno zadržanje CO₂, sproščenega pri procesu pridobivanja premoga, obravnavala pa naj bi predvsem ekonomski in okoljski vidik razreševanja te problematike.



HOLDING SLOVENSKE ELEKTRARNE d.o.o.

Koprska ulica 92, 1000 Ljubljana

Skupina HSE je največja slovenska organizacija s področja elektroenergetike ter največji proizvajalec in trgovec z električno energijo na veleprodajnem trgu v Sloveniji. Igrajo ključno vlogo pri zagotavljanju varne, zanesljive in kakovostne oskrbe domačih odjemalcev. Aktivni so ne le na domačem, temveč tudi na tujih trgih električne energije. Dejavnost HSE zajema področje upravljanja energije in okolja ter obvladovanje s tem povezanih logističnih procesov.

Tako kot ostala podjetja na evropskem trgu se tudi HSE srečuje s hitrimi in korenitimi spremembami, ki dnevno vplivajo na njegovo poslovanje. Vedno bolj stopajo v ospredje »mehkejši« pristopi družbeno odgovornega ravnanja, ki v središče postavljajo vsakega posameznega odjemalca in trkajo na njegovo (za)vest o odgovorni rabi električne energije in pozitivnemu odnosu do naravnega okolja. Nenazadnje je to njihova naloga tudi v luči spoštovanja evropskih predpisov in zakonodaje. Odgovornost in strokovnost, prepleteni z veliko mero znanja in izkušenj, so jih vodili do sedaj in jih bodo tudi v prihodnje.

HSE razvija vsa področja družbene odgovornosti, pri čemer z ozirom na njihovo dejavnost izstopajo predvsem odnos do okolja, kupcev ter zaposlenih. S kupci sodelujejo znotraj vsaj dveh projektov in sicer: Modra Energija ter kampanje Energija si. Skupina HSE je nosilec produkta Modra energija, ki ima danes več kot dva tisoč uporabnikov, ter je pionir na področju osveščanja javnosti o racionalni rabi energije. Vse kupce električne energije pozivajo k nakupu modre energije - električne energije iz hidroelektrarn slovenskih rek. S tovrstnimi aktivnostmi so v slovenskem prostoru prisotni že vrsto let in jim namenjajo vse potrebne vire, zavedajoč se odgovornosti, ki jo imajo do okolja in generacij, ki prihajajo.

S kampanjo Energija.si želijo pokazati, da lahko vsak posameznik s preprostimi ukrepi pripomore k zmanjšanju porabe električne energije. Doslej se je v kampanji povežalo 23 organizacij in podjetij - podpornikov kampanje. Tako je nastala mreža družbene koristnosti Sinergija, ki predstavlja organizirano obliko vzajemnega sodelovanja pravnih oseb, ki želijo s svojim družbeno odgovornim ravnanjem prispevati k trajnostnemu razvoju družbe.



TRIMO d.d.

Prijateljeva 12, 8210 Trebnje

Poslanstvo Trima je zagotavljanje originalnih in celovitih rešitev na področju jeklenih zgradb.

Z dovršenostjo rešitev omogočajo svojim kupcem povečanje uspešnosti, gradijo finančno močno podjetje za svoje lastnike, razvijajo potencialne vsakega zaposlenega, ohranjajo čisto okolje svojim zanamcem in s podporo različnim dejavnostim skrbijo za prijazen odnos do okolja.

Trajnostni razvoj in družbeno odgovornost sta temeljni načeli poslovne odličnosti, ki je filozofija delovanja Trima.

Poslovno odličnost razumejo kot doseganje odličnih rezultatov, tako finančnih, zadovoljstva kupcev, zaposlenih in rezultatov družbene odgovornosti, ki so posledica odličnosti voditeljstva, politik, strategij, razvoja in vključevanja zaposlenih, razvoja partnerstva ter stalnega izboljševanja obvladovanja vseh virov in procesov. Zavedajo se, da je njihova prihodnost odvisna od tega, kar bodo na novo ustvarili in pri tem upoštevali pričakovanja in zahteve ljudi, narave in našega planeta.

V Trimu močno podpirajo znanje, inovacije, stalno učenje in izboljšave.

Skupaj z svojimi deležniki stalno izboljšujejo naše procese, odnose in kompetence. Vse to razvijajo na osnovi svojih skupaj sprejetih Trimovih vrednot v molekularni organizacijski kulturi. S kupci, arhitekti in projektanti iščejo inovativne rešitve na področju celovitih rešitev in najboljše tudi nagradijo z arhitekturnimi nagradami.

V Trimov inovacijski proces (TIP) vključujejo vse zaposlene prek različnih projektov, kot so Nora ideja, Koš idej in Trimo izboljšava procesov / proizvodov. Z vsakoletnim razpisom Trimovih mednarodnih raziskovalnih nagrad spodbujajo nove priložnosti na različnih področjih trajnostnega razvoja.

Aktivno delujejo v paktu EFQM za stalno izboljševanje poslovne odličnosti. Model poslovne odličnosti EFQM in RADAR sta okvir integracije za inoviranje in izboljševanje njihovega poslovanja.

Aktivno sodelujejo v mednarodnih združenjih Planet Positive in UN Global Compact.

Organizaciji se zavzemata za čim večjo okoljevarstveno zavest gospodarstva in čim manjše vplive podjetij na naravno okolje.

Soočajo se z izzivi, kako zagotoviti nenehen trajnostni razvoj v času, ko se poslovni svet nahaja pred popolnoma novimi »nalogami«. Verjamejo in zavedajo se, da le z novim znanjem in povezovanjem le-tega lahko spodbudijo inovativno razmišljanje in gradijo napredek za prihodnost, sebe in svoje zanamce.

REZULTATI RAZPISA ZA SLOVENSKO NAGRADO ZA DRUŽBENO ODGOVORNOST HORUS 2009

Na razpis za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus 2009 se je do 11. maja prijavilo 11 podjetij, ki družbeno odgovornost – po svoji oceni – vključujejo v poslovanje. Prijave so bile na podlagi podatkov o številu zaposlenih in številu prihodkov razdeljene v tri razpisane kategorije (majhna, srednje velika in velika podjetja). Med prispelimi prijavi je bilo šest velikih podjetij (Mercator, d.d., Si.mobil d.d., Zavarovalnica Maribor d.d., Trimo d.d., Holding Slovenske elektrarne d.o.o., Premogovnik Velenje, d.d.), dve srednje veliki (ATech elektronika d.o.o., mimovrste d.o.o.) in tri manjša (INFOTEHNA d.o.o., Domenca d.o.o., Informa Echo d.o.o.).

Ocenjevalna komisija je ocenila vse prijave in ugotovila, da vsa podjetja ustrezajo kriterijem za uvrstitev med finaliste. Ocenjevalno komisijo so sestavljali:

mag. Franc Hočevar, predsednik in člani: zasl. prof. ddr. Matjaž Mulej, red. prof. dr. Lučka Kajfež Bogataj, Jože Gornik, doc. dr. Urša Golob, mag. Aleksander Salkič, Polona Marinček, Srečko Pirtovšek, Tonja Blatnik, mag. Aleksandra Podgornik, dr. Nadya Zhexembayeva, Jože Smole, Saša Mrak, Metka Štoka Debevec, Drago Kos.

Od 15. ocenjevalcev je prijavnice v roku ocenilo vseh 15 ocenjevalcev, kar potrjuje veljavnost ocen. Ocene v priloženi tabeli so sestavni del tega sklepa.

Glede na potek ocenjevanja so bili izbrani zmagovalci, kot sledi iz sklepa št.3). V procesu ocenjevanja so bila večinoma v vodstvu zmagovalna podjetja. Zmagovalcu v kategoriji velikih podjetij Trimo, d.d. (84,17%) sledi podjetje Mercator d.d., z zbranimi 77,24% vseh točk, tretji je Premogovnik Velenje z 67,87% vseh možnih točk. V kategoriji srednjih podjetij je konkurenca zmagovalcu bilo le podjetje Mimovrste d.o.o., v kategoriji malih pa Informa Echo (71,39%) sledi Infotehna z 58,67% vseh točk, pred podjetjem Domenca d.o.o..

Ocenjevalna komisija ocenjuje, da je pilotni projekt letos uspel, zato predlaga nadaljevanje projekta v prihodnjih letih, z ustreznimi nadgradnjami.

NAGRAJENCI HORUS 2009 SO:

Zmagovalci razpisa za Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus 2009 v posameznih kategorijah so naslednja podjetja:

- mikro-majhna: Informa Echo, d.o.o. , ki je doseglo 71,39% od vseh možnih točk
- srednje velika podjetja: ATech elektronika, d.o.o. z 64,95 % od vseh možnih točk
- velika podjetja: Trimo, d.d. z 84,17% vseh možnih točk

Nagrajenci za nagrado prejmejo umetnino - kiparsko delo s kozmogramom, avtorjev Marka in Marike Pogačnika. Vsebinska obrazložitev nagrade je priložena temu zapisniku.

Vsi finalisti prejmejo priznanja za uvrstitev v finalni izbor.

Slavnostna podelitev nagrad in priznanj bo 3. junija 2009 ob 20. uri v Kazinski dvorani SNG Maribor. Do podelitve ostajajo nagrajenci poslovna skrivnost, ki jo spoštujejo vsi člani ocenjevalne komisije, organizatorji in podporni ter drugi partnerji.

Obrazložitev ocen za nagrajence:

1. INFORMA-ECHO D.O.O.

Informa Echo, agencija za integrirano komuniciranje, je na osnovi lastnega znanja in izkušenj razvila Model sinergijskega poslovanja v obliki 3 programov. Ta predstavlja 9 korakov učinkovitega komuniciranja, po katerem je agencija zasnovala svojo dejavnost. Usklajujejo potrebe in interese med posamezniki, podjetji in družbo kot celoto ter tako ustvarjajo sinergijo, predvsem na področju učinkovite rabe energije. V sodelovanju s partnerji so razvili naslednje 3 ključne programe:

- **Mrežo družbeno-poslovne koristnosti Sinergija** povezuje več kot 40 podjetij, ustanov in NVO.
- Večletno **kampanjo Energija si, bodi učinkovit**, katere pobudnik je skupina HSE, je vseslovenska kampanja, ki je z izpeljanimi akcijami doslej spodbudila 37% Slovencev, da so začeli ukrepe URE uvajati v svojih domovih.
- **Raziskavo energetske učinkovitosti Slovenije – REUS**, je prva tovrstna specializirana kontinuirana raziskava v Sloveniji.

Pri zaposlenih spodbujajo celovit osebnostni razvoj, naročnike pa preko mreže Sinergija aktivno spodbujajo in vključujejo v družbeno koristne akcije (npr. »Izračunaj svoj CO2 odtis«).

Ocenjevalna komisija je zato ocenila da podjetje Informa Echo, z doseženimi 71,39% vseh zbranih točk nagradi z letošnjo Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus v kategoriji mikro-majhnih podjetij.

2. ATECH ELEKTRONIKA, D.O.O.

V podjetju ATech elektronika z inovacijami elektronskih sistemov prispevajo k razvoju na področju varčevanja z energijo, trga zaščite in udobja. ATech se je v mednarodni konkurenci uveljavil z lastnim razvojem elektronike motorskih kontrol in povezovalnih modulov, z blagovnimi znamkama SmartMove in Smartline. Njihove k trajnostnemu razvoju naravnane inovacije so rezultat ustvarjanja visokotehnoloških elektronskih sistemov v okolju odličnosti, ki jo ATech dosega s pomočjo sodobnih informacijskih sistemov v organizacijskih in razvojnih postopkih ter z avtomatizacijo v proizvodnji. Razvili so FUMIS – najnovejšo linijo za učinkovito in varno kontrolo kotlov ter peči na kurilne pelete, z ekološko (u)porabo naravnih dobrin.

Okolje in družba sta dve od treh temeljnih vrednot podjetja Atech. Okolju prijazen razvoj rezultatov ne prinaša le poslovnih uspehov, temveč se odraža tudi z vrsto priznanj. Sodelujejo v različnih iniciativah, kot so Združenje Manager, UN Global Compact, gibanje za inovacijsko komuniciranje InKo, kot tudi v prehodu podjetja na ogrevanje z obnovljivimi viri energij.

Tretja ATechova temeljna vrednota so ljudje. Pravijo, da zaposleni v ATechu verjamejo drug v drugega in skozi timsko delo neprestano gradijo vzdušje sodelovanja, kar se odraža tudi v dvakratni uvrstitvi med finalistice izbora Zlata nit. ATechove inovativne ideje za inteligentne izdelke souresničujejo usmeritev EU biti najboljši na področju obvladovanja tehnologij zmanjševanja toplogrednih plinov.

Za njihov konkreten prispevek v praksi k trajnostnemu razvoju in družbeni odgovornosti se je ocenjevalna komisija odločila, da podjetje Atech elektronika, z doseženimi 84,17% vseh zbranih točk nagradi z letošnjo Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus v kategoriji srednje velikih podjetij.

3. TRIMO, D.D.

Trajnostni razvoj in družbena odgovornost sta temeljni načeli poslovne odličnosti, ki je filozofija delovanja Trima. Njihovo poslanstvo je zagotavljanje originalnih in celovitih rešitev na področju jeklenih zgradb. Z dovršenostjo rešitev v TRIMO, d.d. omogočajo kupcem povečanje uspešnosti, gradijo finančno močno podjetje za svoje lastnike, razvijajo potencialne vsakega zaposlenega, ohranjajo čisto okolje zanamcem in s podporo različnim dejavnostim skrbijo za prijazen odnos do okolja.

Močno podpirajo znanje, inovacije, stalno učenje in izboljšave. Skupaj svojimi deležniki stalno izboljšujejo procese, odnose in kompetence. Vse to razvijajo na osnovi skupaj sprejetih Trimovih vrednot v molekularni organizacijski kulturi. S kupci, arhitekti in projektanti iščejo inovativne rešitve na področju celovitih rešitev in najboljše tudi nagradijo z arhitekturnimi nagradami.

V Trimov inovacijski proces (TIP) vključujejo vse zaposlene prek različnih projektov, kot so Nora ideja, Koš idej in Trimo izboljšava procesov / proizvodov. Z vsakoletnim razpisom Trimovih mednarodnih raziskovalnih nagrad spodbujajo nove priložnosti na različnih področjih trajnostnega razvoja. Da se Trimova načela in vrednote začnejo pri vsakem posamezniku dokazuje tudi dejstvo, da je Trimo najboljši slovenski zaposlovalec 2008 med velikimi podjetji - nagrada Zlata nit.

Aktivno delujejo v različnih organizacijah: v paktu EFQM za stalno izboljševanje poslovne odličnosti, v mednarodnih združenjih Planet Positive in UN Global Compact ter drugod.

Soočajo se z izzivi, kako zagotoviti nenehen trajnostni razvoj v času, ko se poslovni svet nahaja pred popolnoma novimi »nalogami«. Verjamejo in zavedajo se, da le z novim znanjem in povezovanjem let-tega lahko spodbudijo inovativno razmišljanje in gradijo napredek za svojo prihodnost in prihodnost naših zanamcev.

Za njihovo delovanje z zgledom in odličnost v delovanju na številnih področjih, predvsem pa za celovit in uravnotežen pristop k trajnostnemu razvoju, inovacijam in družbeni odgovornosti, se je ocenjevalna komisija odločila, da podjetje Trimo d.d., z doseženimi 84,17% vseh zbranih točk nagradi z letošnjo Slovensko nagrado za družbeno odgovornost Horus v kategoriji velikih podjetij.

Člani ocenjevalne komisije nagrajencem iskreno čestitamo!

Posebno priznanje:

Red. prof. dr. Jožica Knez Riedl, ki ima kot ugledna znanstvenica in strokovnjakinja veliko strokovnih zaslug za razvoj družbene odgovornosti pri nas, v okviru nagrade Horus podeljujemo posebno priznanje za pomoč pri graditvi temeljev delovanja inštituta IRDO in strokovnega razvoja družbene odgovornosti v Sloveniji.

SLAVNOSTNA PODELITEV

Slovenske nagrade za družbeno odgovornost Horus

Kazinska dvorana Slovenskega narodnega gledališča Maribor
3. junij 2009 ob 20. uri

PROGRAM

20.00 - 20.15: Pozdravni nagovori

- Pozdrav v imenu predsednika Republike Slovenije dr. Danila Türka, častnega pokrovitelja: mag. Franc Hočevar, svetovalec predsednika za zdravstveno in socialno varstvo ter humanitarna vprašanja
- Pozdrav župana Mestne občine Maribor Franca Kanglerja
- Pozdrav predsednika Strokovno-organizacijskega odbora nagrade Horus in Programskega odbora konference »Družbeno odgovornost in izzivi časa 2009« ddr. Matjaža Muleja

20.15 - 20.20: Nastop slovenskih glasbenikov:

- Bojan Cvetrežnik in Matija Krivec s prijatelji: godala in brenkala

20.20 - 20.35: Predstavitev nagrade in ocenjevalne komisije

- Predstavitev nagrade Horus: Marika in Marko Pogačnik, avtorja nagrad
- Predstavitev sestave in dela ocenjevalne komisije: mag. Franc Hočevar, predsednik komisije

20.35 - 20.50: Nastop slovenskih glasbenikov:

- Bojan Cvetrežnik in Matija Krivec s prijatelji: godala in brenkala

20.50 - 21.30: Podelitev priznanj in nagrad

- Predstavitev finalistov izbora za nagrado Horus in podelitev priznanj finalistom
- Podelitev posebnega priznanja
- Podelitev nagrad Horus

21.30 - 21.35: Nastop slovenskih glasbenikov:

- Bojan Cvetrežnik in Matija Krivec s prijatelji: godala in brenkala

21.40: Zaključek programa s povabilom na pogostitev

MLADI S KREATIVNOSTJO ZA VEČ DRUŽBENE ODGOVORNOSTI

V nadaljevanju zbornika vam predstavljamo nekaj kreativnih del mladih, ki na svoj način prispevajo k družbeni odgovornosti.

Predstavljamo vam:

1. Projekt osnovnošolke Neže Kovačevič: Mačke s posluhom, ki je bil večkrat nagrajen
2. Oglaševalska dela večkrat nagrajenih mladih kreativcev na neprofitne teme: Tine Lugarič, Drago Mlakar, ki sta jih oba izdelala v sodelovanju s prijatelji oz. sodelavci

MAČKE S POSLUHOM

Predstava učencev OŠ Prežihovega Voranca Maribor
Avtorica: Neža Kovačič, učenka OŠ Prežihovega Voranca, Maribor
Mentorica: Zlatka Terlevič
Avtor glasbe: Jerko Novak
Avtor besedila: Kajetan Kovič

Avtorji in organizatorji prireditve se iskreno zahvalujemo za dovoljenje uprizoritve predstave g. Jerku Novaku in g. Kajetanu Koviču.

Predstavitev avtorice nagrajene predstave:

Neža Kovačič je v okviru projekta Mladi za napredek Maribora pripravila inovacijski predlog z naslovom Mačke s posluhom. Za svoj predlog je osvojila prvo mesto na področju umetnosti in nagrado Zveze prijateljev mladine. Udeležila se je tudi državnega srečanja mladih raziskovalcev v Murski Soboti, kjer je prejela zlato priznanje. Mentorica naloge je Zlatka Terlevič. Neža obiskuje OŠ Prežihovega Voranca.

Utemeljitev strokovne komisije za umetnost:

Učenka Neža Kovačič je strokovno komisijo prepričala z idejo o dramatizaciji priljubljene pravljice Maček Muri pisatelja Kajetana Koviča.

Inovativni predlog z naslovom Mačke s posluhom kaže na presenetljivo dobro poznavanje širše tematike glasbeno scenske umetnosti. Neža je na zanimiv način zapisala in tudi predstavila kostumografijo, scenografijo in koreografijo za svoj muzikal. Z veliko mero ustvarjalnosti se je sistematično lotila posameznih sestavin muzikala in jih povezala v kompaktno in prepričljivo celoto. Osnova in izhodišče za glasbeno scensko delo je poezija Kajetana Koviča in glasba Jerka Novaka. Zgodba o mačku Muriju se zdi venomer primerna za osnovnošolce in to že vrsto generacij. Poznana glasba pa je bila dodaten navdih za muzikal, ki ga Neža pripravlja skupaj s sošolkami v okviru izbirnega predmeta na svoji osnovni šoli. Neža se je spretno postavila v vlogo kostumografinje, kjer je osnovne skice kostumov prelila v končno obliko, skice za scenografijo pa kažejo na subtilen avtorski pristop, ki daje v ospredje igro in je ne poskuša zasenčiti z natrpano sceno. Prevzela je tudi koreografijo, ki jo je zasnovala in jo vadi skupaj s skupino izbranih sošolk, igralk in je bistvo uprizoritve muzikala. Pozabila ni niti na vlogo rekviziterja in je uspešno predstavila tudi rekvizite za odsko predstavo glasbeno scenskega dogodka. Vse njeno delo spremlja in spodbuja mentorica Zlatka Terlevič.

Muzikal Mačke s posluhom nagrajenke Neže Kovačič želimo uspešno premiero in čim več kakovostnih ponovitev ter ji čestitamo za prejeto nagrado!

V imenu komisije za Umetnost: Dr. Matjaž Duh

MOČ JE PREVELIKA, DA BI DELOVALI NEODGOVORNO (Avtor družbeno odgovornih oglasov se predstavi.)

Kreativec:

Tine Lugačič (tine.lugaric@triera.net)

Kaj počneš?

Sem tekstopisec v mariborski oglaševalski agenciji DCC marketing in ker tukaj ne gre zgolj za pisanje tekstov, ampak za kreativno snovanje celotnih marketinških ali komunikacijskih rešitev, je morda primernejše poimenovanje naziva "kreativec".

Moj delavnik je prepreden s podobami, zgodbami, zabavo, humorjem, provokativnostjo in čustvi, ki jih pravilno odmerjene skušamo na pravilen način spraviti skozi pravilno izbrane komunikacijske kanale do pravih ciljev.

Kakšne so tvoje reference?

Med naročniki za katere sem reševal takšne in drugačne briefe bi izpostavil Engrotuš, Agencijo Sonček, Zavarovalnico Maribor, Novo KBM, Amis, Keter Group, Igralniško zabavišni center Mond, TUI potovalni center, Avtohišo Maribor in Petovia avto, Europark ...

Nagrade sem osvojil na festivalih Magdalena, Golden Drum, Kalidays, Creativity Annual Awards ...

Zakaj delaš družbeno odgovorne oglase?

Ker je to eden od možnih načinov kako neko družbeno angažirano sporočilo spraviti do ljudi.

Kakšen učinek misliš, da imajo, in na koga?

Mislím, da sami družbeno angažirani oglasi nimajo prevelikega vpliva na spreminjanje prepričanj ali celo pri vplivanju na delovanje ljudi. Predvsem je izobraževanje tisto, ki to lahko spreminja. Oglasi so le nekakšni opomniki, ki se od časa do časa pojavijo.

Kaj meniš, lahko mladi naredijo za boljši svet in kaj naj bi naredile druge generacije?

Vsak posameznik lahko naredi veliko. Napačno je mišljenje, da je lasten doprinos premajhen, da bi pomagal. Morda je res majhen, a če ni osamljen, je velik.

Kaj želiš/nameraš delati v prihodnje in kako boš to povezoval z družbeno odgovornostjo, kreativnostjo ipd.?

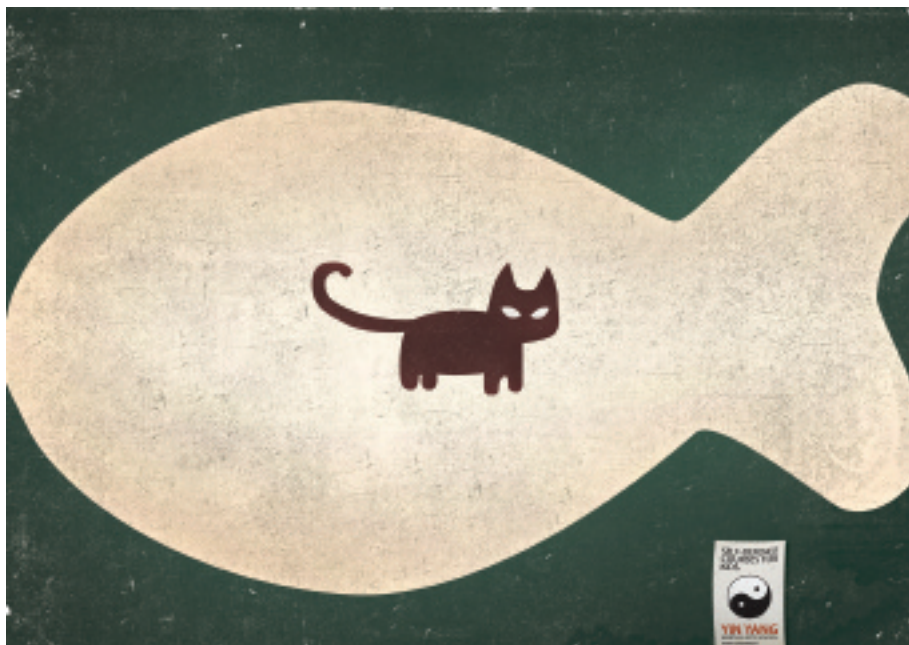
Ostati v oglaševanju in delati odgovorno. To pa ne samo pri socialnih oglasih, ampak tudi pri komercialnih. Moč je prevelika, da bi delovali neodgovorno.

PODATKI O DELIH IN SOAVTORJIH:

Seriya plakatov »No bullies«:

Kreativna direkcija: Tine Lugarič, Art direkcija: Matija Kocbek.

Nagrade: Golden bra – best print, Magdalena 09



Seriya plakatov »**Human Art**«:

Kreativna direkcija: Tine Lugič, Art direkcija: Matija Kocbek.

Nagrade: finalist, Poster festival Ljubljana/Brumen





Plakati za IRDO – **Jobs for Youth:**

Avtor: Tine Lugařič; Soavtor: Dejan Damiš

Razstava finalistov razpisa inštituta IRDO v sodelovanju z društvom Kalidej za naročnika: Ministrstvo za delo, družino in socialne zadeve. Mednarodna konferenca v času predsedovanja Slovenije v EU, april 2008: Delo za mlade - blaginja za vse.





"dovolite mi postati metulj"
"let me become a butterfly"

SEBEL ZA ŽIVOT - SLABOŠTA ZA ŽIVOT
Spremljajo njegovo željo.
Nemogo delovanje ima
način, kako spremeniti in izboljšati življenjske pogoje
in jih narediti bolj udobne in prijetne.
At the moment, the weakest need help.

ŽENSKA ZA ŽIVOT - PREDNOSTI ZA ŽIVOT
Kotih željo postati in spremeniti življenje.
At the moment, women
organize, plan projects and establish thinking and act
to make women in their companies, a team.
But women, need to make the world go round.

KJER SE POJAVI POTREBA, SE POJAVIJO TUDI OGLASI

Kreativec:

Drago Mlakar; drago.mlakar@gmail.com;

Kaj trenutno počneš?

Sem tekstopisec. Informator, kreator, predator. Umetnik in obrtnik. Na prisilnem delu. Pristop je moj kreativni gulag. Moje delo je kreativno snovanje oglasnih sporočil. Povedano po domače, delam reklame. :-)

Kakšne so tvoje reference?

Kot mladi kreativec sem Slovenijo leta 2008 zastopal na največjem evropskem oglaševalskem festivalu Eurobest in skupaj z Dominikom Bagolo in Nenadom Cizlom zasedel drugo mesto. Za svoje delo sem bil večkrat nagrajen na festivalu SOF in festivalu Magdalena. V svojem vsakdanu sodelujem pri snovanju oglaševalskih in strateških projektov za največje slovenske naročnike na področju telekomunikacij avtomobilizma in prehrabene industrije.

Zakaj izdeluješ družbeno odgovorne oglase in kakšen učinek misliš, da imajo?

Družbeno odgovorni oglasi so pokora oglaševalcev. Poskušamo narediti oglase, ki ne prodajajo, ampak pomagajo. S kreativnost ustvarjamo kredibilnost dobredelnih organizacij in te nato lažje pridobivajo sredstva za delovanje in nudenje pomoči. Prepričujemo skeptike, prepričamo pa dobre ljudi in ti potem pomagajo ustvarjati lepši, boljši jutri.

Kdo je tvoj vzornik na tem področju (če ga imaš)?

Johnny Cash - sicer ni oglaševalec, je pa najboljši tekstopisec. Njegova pesem The Man in Black je izvrsten primer družbenokritične komunikacije.

Kaj meniš, lahko mladi naredijo za boljši svet in kaj bi naj naredile druge generacije?

Vsi mladi si želijo spremeniti svet na boljše. Hodijo na proteste in podpisujejo peticije. Potem pa nekega dne transparent zamenjajo za kravato in začno ustvarjati kariero. Ko so na poziciji moči, sveta ne želijo spreminjati več. Tako svet ostaja isti. Za boljši svet ne potrebuješ 20.000 podpisov, potrebuješ le 20 podpisov, ki štejejo.

Kaj želiš/nameravaš delati v prihodnje in kako boš to povezoval z družbeno odgovornostjo, kreativnostjo ipd.?

Rad bi se naučil igrati kitaro in se začel oblačiti v črno:-) Kreativna komunikacija bo ostala moje delo in tudi moj hobi. Z večanjem človeške in naravne stiske se večja tudi potreba po družbeni odgovornosti. In kjer se pojavi potreba, se pojavijo tudi oglasi.

Iluzija

Direktna pošta ustvari iluzijo, s katero svobodnega moškega postavimo za rešetke. Slogan: **Krivic**
na žalost ni le iluzija.

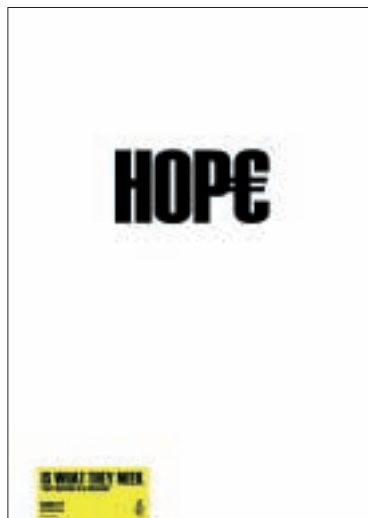
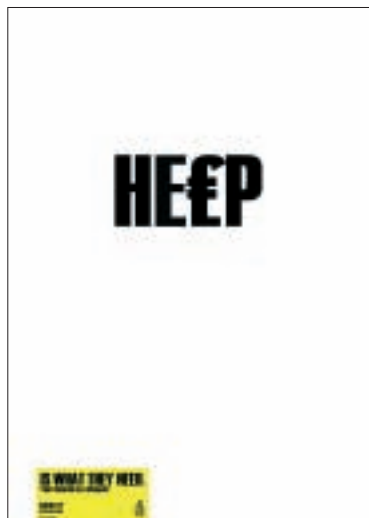
Tekstopisec: Drago Mlakar; Oblikovalec: Nenad Cizl



Amnesty HOP€, HE€P, \$UPPORT

Slogan: **Je to, kar potrebujemo. Tvoja donacija rešuje življenja!**

Tekstopisec: Drago Mlakar; Oblikovalec: Branislav Milošević



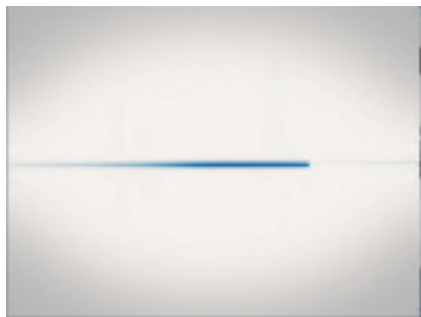
EKG

TV oglas, ki spodbuja gledalce k podpisovanju peticij.

V začetku spota spremljamo klasičen prikaz srčnega utripa. Slišimo strel pištole in utrip preneha. Nato začne srce utripati v obliki podpisov, čez čas srce znova utripa z navadnim utripom. Slogan:

Ohranite nedolžne ljudi pri življenju. Podpisujte peticije.

Kreativni direktor: Aljoša Bagola; Tekstopisec: Drago Mlakar



Sveča

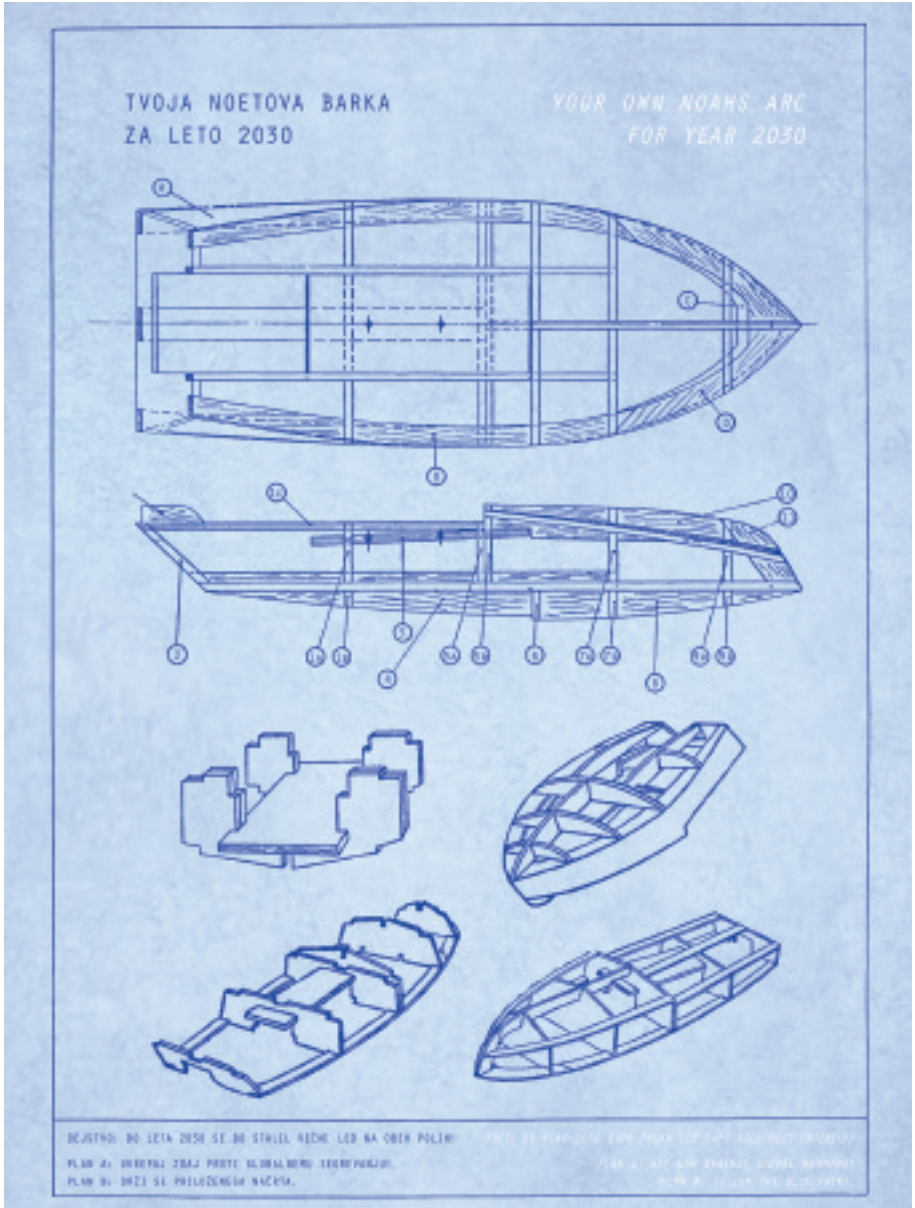
Gverilska oglaševalska akcija. S promotorko in smo se podali na ljubljanske ulice. Pristopila je do kadilca in ga prosila za »ogelj.« Ko ji je kadilec izročil vžigalnik z njim ni prižgala cigarete ampak nagrobno svečo. Na sveči sta bila pritrjena dva sporočila: **»Kajenje ubija! Kdor si prižge cigareto, si prižge svečo!«** in: **»Ugasni, preden pogoriš!«** Svečo je lahko obdržal kadilec.

Tekstopisec: Drago Mlakar; Oblikovalec: Nenad Cizl



Noetova barka

Tekstopisec: Drago Mlakar, Klemen Selan; Oblikovalka: Maja Kresnik



Raku piskat

Tekstopisec: Drago Mlakar; Oblikovalec: Matija Kocbek



What You See – Sex, Fun, Love

Serijski oglas posvečen boju proti virusu HIV. Slogan: **Kar vidiš ni to, kar dobiš!**

Tekstopisec: Drago Mlakar; Oblikovalec: Nenad Cizl

PACIENT:	<i>Bennett</i>	DATE:	16.03.07
TEST LEFT & 40		CONTROL:	12.04.09
TEST RIGHT & 40	+1/3 +1/2	SIGNATURE:	<i>Sarah Bennett</i>
LABORATORY:	16A		

What you see is NOT what you get
Use your head, use a condom!

Odveži/zaveži za življenje!

Oglasa za boj proti raku na dojkah.

Tekstopisec: Drago Mlakar, Irena Kolenc; Oblikovalka: Emina Djukić



zaveži za življenje

Pridruži se nam na **tretjem dobrodelnem teku ali hoji** na 2, 4 ali 8 km, ki ju organizira Europa Donna v sodelovanju z revijo Naša žena, podjetjem Delo Revije d.o.o. in družbo Avon. Naše športno druženje bomo začeli v **soboto, 7. oktobra 2006, ob 10. uri, pred Halo Tivoli**. S športno in prostovoljnimi prispevki bomo pomagali pri nakupu naprave CT za Klinični center Ljubljana. Zakaj? Ker se borimo za enake možnosti za vse bolnike. Hvala!

**EUROPA
DONNA**

www.europadonna-zdruzenje.si

SODELOVATI, POVEZOVATI SE, SOUSTVARJATI: LJUBEZEN

Ko smo se s partnerji nagrade odločili za zasnovo in razvoj projekta, nismo vedeli, v kaj se podajamo. Iz dveh sodelujočih organizacij smo ob koncu projekta prešli v sinergiji na mnogo letih.

Nagrada Horus ni nastala čez noč. Projekt smo snovali skoraj leto in pol, z njegovimi začetki smo bili komaj zadovoljni. Nastopila je blokada dela in razvoja: kako narediti vprašalnik, da bo ustrezal strokovnim kriterijem, kot jih vidimo v inštitutu IRDO: zadostna in potrebna celovitost, inovativnost, uravnoteženost, hkrati pa zajemal vsa ključna področja družbene odgovornosti, kot jih opisuje EU. Nato smo jih le uspeli vključiti, dodali smo še področje vodenja in se odločili, da nagrado najprej namenimo podjetjem.

In ni nam žal. V začetku smo sicer malce trpeli pri zasnovi projekta, nato pri njegovi realizaciji. Na pot smo se podali brez sredstev (to očitno postaja naša praksa, ustvarjamo torej novo, nedensarno valuto), a z veliko mero upanja, vere v potrebnost tega, kar počnemo, in nujnost za dobro nas vseh, za mir in dobro sveta.

V zborniku 2. mednarodne konference Družbena odgovornost in izzivi časa 2007 sem zapisala, da je družbena odgovornost ljubezen do nas vseh. In da bomo trkali na vrata in na srca ljudi. To smo počeli in z vztrajnostjo ter upanjem se nam vrata vse bolj odpirajo. Vedno hitreje in na vedno več področjih. Vedno več je tudi ljudi, ki se zavedajo, da potrebujemo to obliko ljubezni.

Nagrade Horus so nekaj posebnega. So unikat, umetniško delo, ki združuje zemljo in nebo, človeka in naravo, vodstvo z zaposlenimi, posameznika s skupinami. Prepletena so z ljubeznijo, ki sta jo v teh izdelkih soustvarila umetnika Marika in Marko Pogačnik. So nekaj izjemnega, kot je moja hči Nomi, ki mi je povedala, da vsa tri dela (nagrade) predstavljajo ljubezen. Presenečena nad njeno ugotovitvijo sem pomislila: le kaj ima ljubezen opraviti s podjetji? Kmalu sem spoznala, da pravzaprav vse. Podjetje je živ organizem, je skupina ljudi, ki bolj ali manj deluje uravnoteženo. Vodstvo je njegova glava, organi njegovi oddelki, zaposleni pa kapilare, ki temu organizmu dovajajo hrano, kisik. Če ni ljubezni organizma, prepletene v vse pore njegovega delovanja ter v okolje, v katerem se nahaja v sobivanju z drugimi, potem obstoja ni.

Otrok potrebuje ljubezen, da se lahko kar najbolje razvija. Človeštvo potrebuje ljubezen, da lahko biva in se razvija. Svet, ki ga sestavljamo vsi, potrebuje ljubezen. Ljubezen torej potrebujejo tudi podjetja.

Hvala vam, da smo se lahko združili v novi obliki ljubezni, v dajanju brez plačila v obliki denarja, ampak s plačilom v obliki medsebojnega spoštovanja, ustvarjanja zadovoljstva, povezovanja. Z delanjem dobrega. Ustvarjamo namreč novo dimenzijo, morda celo prehod iz dobe materializma, v dobo vnosa drugih oblik energije v naše delovanje, v dobo uravnoteženosti med nebom in zemljo, med jazom in celoto bivanja. Ustvarjamo novo plačilno valuto: ljubezen. Kar seješ, tudi žanješ...

In če želimo biti dobri sejalc, potrebujemo soustvarjanje, povezovanje, sodelovanje - temeljna sporočila letošnjih nagrad.

Zato hvala za vašo podporo, spoštovani gospod predsednik, dr. Danilo Turk, in podporo vaših sodelavcev, da lahko skupaj sejemo dobro.

Te prireditve nikoli ne bi zmogli izpeljati na tako ljubezni poln način, če nam ne bi z vašo pripravljenostjo dajati in posredovati dobro pomagali vi, spoštovana gospa Marika in gospod Marko Pogačnik. Z vajino pomočjo (in vajinih prijateljev) spoštovana Bojan Cvetrežnik in Matija Krivec, smo doumeli dimenzijo glasbe, najvišjo vibracijo bivanja, ki ste jo posredovali vsem nam. Hvala Tinetu in Dragu, da pomagata ozaveščati s svojimi oglasi na teme, ki niso plačljive.

Hvala Slovenskemu narodnemu gledališču Maribor, da je gostilo našo prireditev.

Hvala vsem strokovnim in medijskim partnerjem, brez katerih ta projekt zagotovo ne bi bil dovolj kakovostno izpeljan.

Hvala za posluh in pomoč Ministrstvu za delo, družino in socialne zadeve, Ministrstvu za gospodarstvo in javni agenciji za raziskovalno dejavnost RS.

In hvala za prostovoljno delo vsem, brez katerih tega projekta danes ne bi bilo: Matjažu, Francu, Angelci, Poloni, Nataliji, Alenki, Mirjani, Srečku, Saši, Nadyi, Metki, Dimitriju, Magdaleni, Tonji..., vsem članom ocenjevalne komisije in vsem tistim, ki v svojem srcu čutite, da smo hvaležni za vse, kar ste prispevali s svojim prostovoljnim delom in drugače.

Z ljubeznijo in spoštovanjem,

Anita Hrast,
direktorica inštituta IRDO
in koordinatorica projekta Horus

Projekt:

Slovenska nagrada za družbeno odgovornost Horus
Zbornik finalistov 2009
e-pošta: nagrada.horus@irdo.si
http://: www.horus.si

Častni pokrovitelj:

dr. Danilo Türk, predsednik Republike Slovenije

Izdajatelj:

IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti
Preradovičeva ulica 26, 2000 Maribor
e-pošta: info@irdo.si, http://: www.irdo.si

PRSS - Slovensko društvo za odnose z javnostmi
Tivolska cesta 50, 1000 Ljubljana
e-pošta: prss@piar.si, http://: www.piar.si

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

06.05:005.35(497.4)(082)
174(497.4)(082)

SLOVENSKA nagrada za družbeno odgovornost Horus : zbornik finalistov 2009 / [urednika Anita Hrast, Matjaž Mulej]. - Maribor : IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti ; Ljubljana : PRSS - Slovensko društvo za odnose z javnostmi, 2009

ISBN 978-961-91828-6-4 (IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti)
1. Hrast, Anita
245966080

Partnerji projekta:

Partnerji

organizatorji projekta:



Podporni partnerji projekta:



Sofinancerja:



Urednika: Anita Hrast, dr. Matjaž Mulej

Založil: IRDO in PRSS / zanju Anita Hrast

Grafično oblikovanje, tehnična ureditev in produkcija:

Hiper Design - Uroš Zupančič s.p. (naslovnica), Dorado Design - Kristijan Blažič s.p. (zbornik)

Za verodostojnost besedil odgovarjajo avtorji sami. Prispevki niso lektorirani.

Fotografije nagrad:

Matej Modrinjak, Zavod Kultivacija Ruše

Družbeno odgovorni oglasi: Tine Lugiarič in Drago Mlakar s prijatelji



Častni pokrovitelj
dr. Danilo Türk,
predsednik Republike Slovenije

Organizatorja:

IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti
PRSS - Slovensko društvo za odnose z javnostmi

V sodelovanju z:

- Ministrstvom za delo, družino in socialne zadeve
- Ministrstvom za gospodarstvo
- Štajersko gospodarsko zbornico
- Združenjem Manager
- Združenjem delodajalcev Slovenije
- Slovenskim združenjem ZN za trajnostni razvoj
- časopisom Dnevnik in revijo Kapital
- Mestno občino Maribor