

În luna iunie, la inițiativa CSR România și a Fundației Alexandrion, a avut loc o întâlnire dedicată fundațiilor corporatiste din România.

Acesta este primul dintr-o serie de evenimente sprijinite de Fundația Alexandrion în scopul creării unui mediu care să permită contactele, schimbul de informații și know-how între practicienii din domeniul CSR.

La această întâlnire, reprezentanți ai zece fundații corporatiste și companii, precum și reprezentanți ai unor ONG-uri care desfășoară programe în parteneriat cu companii, au oferit răspunsuri la întrebări privind activitățile sociale și managementul fundațiilor corporatiste. Iată câteva dintre problemele discutate:

- *De ce este nevoie de fundații corporatiste, de ce își creează companiile astfel de structuri, dincolo de departamentele (Public Affairs, PR) care preiau de obicei comunicarea cu mediul social, cu comunitățile?*
- *Cum interacționează fundațiile corporatiste cu partenerii sociali?*
- *Cum își aleg fundațiile corporatiste programele sociale, cum își identifică ele grupurile țintă cărora se adresează cu aceste programe, către ce nevoi sociale se îndreaptă ele?*
- *Care este strategia de acțiune a fundațiilor corporatiste: acționează reactiv, așteptând propuneri de programe din mediul social (comunitate, ONG-uri, grupuri cointeresate) sau acționează proactiv, propunând propriile proiecte pe care să le finanțeze sau pentru care să caute finanțare?*
- *Cum se administrează fundațiile corporatiste, cum își finanțează ele programele sociale, cum își stabilesc bugetele?*
- *Dacă și cum își evaluează fundațiile corporatiste programele?*

Cristian Savu, PR Manager, Fundația pentru Copii Ronald McDonald

Fundația există peste tot acolo unde există restaurante McDonald's. S-a înființat la doi ani de zile după ce MacDonaldis a ajuns în România, funcționând deci de 10 ani. Fundația este creată de angajații companiei cu sprijinul altor firme partenere. Directorul executiv al fundației este directorul departamentului Corporate Affairs.

Finanțare

Inițial, toate cheltuielile au fost acoperite de către companie. Acum, fundația se bazează proporție de 60% pe donațiile individuale ale clienților. Investițiile sociale făcute până acum au ajuns la peste 2,5 milioane de euro. În luna februarie 2008 se așteaptă încă o investiție de un million de euro. Fundația a funcționat în mare măsură pe bază de voluntariat, timp de opt ani de zile neavând niciun angajat.

Grup țintă

Fundația este recunoscută prin programele adresate copiilor. Primul mare program a fost Casa Ronald McDonald de la Spitalul Grigore Alexandrescu din București, care oferă găzduire familiilor copiilor internați. Acum se construiește a doua Casă Ronald McDonald la Timișoara. Fundația s-a implicat și în programe adresate comunităților afectate de dezastre.

“Transparența este hotărâtoare în tot ce facem, mai ales în CSR. Dacă nu dăm dovadă de transparență totală, mai ales în privința modului în care utilizăm acești bani, nu avem nicio șansă. De aceea, realizăm periodic mici rapoarte prin care le spunem clienților noștri cum s-au

cheltuit aceste fonduri. Nu trebuie să uităm că o mare parte din acești bani sunt de la clienți, iar ei au dreptul să știe cum sunt cheltuite aceste fonduri”, declară Cristian Savu.

Mariana Mihai, Director Fundația RTC

Fundația este înființată de 2 ani de către Octavian Radu Claudiu, președintele Grupului RTC.

Grup țintă & Parteneri

"Ne-am încreptat atenția către copiii defavorizați. Colaborăm cu diferite instituții de învățământ, universități, case ale corpului didactic, cu muzee și biblioteci, cu ONG-uri, încercând să aducem cultură în mediul în care trăim. Am investit atât financiar și material cât și resurse umane. Căutăm să sporim aceste investiții atrăgând în programele noastre tineri care să preia efortul nostru. Creăm spații, pe care le suportăm financiar și le dotăm, în care tineri talentați împărtășesc cunoștințele lor cu tineri defavorizați din comunități. Contribuim la fonduri de carte pentru cercetare și oferim burse elevilor de la Școala Superioară de Matematică.

Misiune

Fundația RTC funcționează ca un liant social, creând mici spații de schimb cultural chiar în interiorul comunităților, aproape de cei cărora le lipsesc aceste locuri ale dialogului.

"Rolul nostru este de a crea și îmbunătăți relații. Acolo unde există un potențial, noi suntem atenți la nevoile lui și încercăm să îl sprijinim. O caracteristică a sprijinului nostru este aceea de participare efectivă. Atragem studenți în jurul programelor noastre, studenți care lucrează ca animatori în astfel de cluburi ale tinerilor din comunități. Căutăm să creăm relații cât mai directe cu comunitățile, relații care să presupună reacții sau răspunsuri din partea grupurilor sociale cărora ne adresăm," afirmă Mariana Mihai.

Larisa Ispas, Director Fundația Aldea-Tudorache

Este o fundație a membrilor familiei care conduce grupul de firme Montero. Înființată în 1993, ca societate mixtă româno-slovenă, compania operează în domeniul farmaceutic.

Fundația s-a născut în iulie 2005, din nevoia de a da coerență acțiunilor de implicare socială a grupului Montero.

Grup țintă & Parteneri

Cea mai mare parte a finanțărilor vin de la companiile Montero și prin acei 2% din impozitul pe venit pe care angajații îi îndreaptă către fundație.

Fundația Aldea-Tudorache inițiază, dezvoltă și susține proiecte cu specific social, precum finanțarea unui cămin de bătrâni, cultural, educativ și spiritual-creștin, precum finanțarea restaurării bisericii Spirea Nouă. Investițiile fundației sunt îndreptate către grupuri sociale defavorizate, comunităților afectate de dezastre, comunităților creștine și angajaților. După Radu Ioan Tudorache, unul din membrii fondatori, cel mai specific fundației este proiectul Iconarul, un concurs anual de icoane, organizat în preajma Paștelui pentru copiii angajaților companiilor din Montero Grup.

Larisa Ispas: colaborăm și cu ONG-uri, pentru că acestea interacționează direct cu grupurile sociale cărora ne adresăm. Este cazul Fundației Sfântul Dimitrie, care desfășoară proiecte dedicate copiilor.

Misiune

Fundația Aldea Tudorache este "o organizație bazată pe valori creștine, în care mediul de afaceri se preocupă de sănătatea, educația și cultura membrilor comunității. În spatele acțiunilor fundației stau valorile fondatorilor ei", declară Larisa Ispas.

Cristina Horia, PR Manager Fundația Sensiblu, A&D Pharma
Fundația funcționează de cinci ani.

Grup țintă & Parteneri

Programe adresate familiilor, programe educaționale, precum Școala părinților, program dezvoltat în parteneriat cu Școala 80 din București. Programul oferă suport părinților care au probleme de comunicare cu copiii lor.

Cristina Horia: Suntem concentrați pe servicii sociale, îndeosebi sprijinirea femeilor și copiilor abuzați în familie. Avem opt angajați. Specificul activității noastre este că furnizăm servicii directe gratuite, de consiliere și adăpost. Avem angajați asistenți sociali, psihologi, juriști, avocați. Acesta este programul principal, derulat permanent. Pe lângă acesta, avem programe specifice industriei în care operăm, programe de donații și sponsorizări cu medicamente. Ne adresăm persoanelor vârstnice. Am avut și programe pentru comunitățile afectate de dezastre. Compania și fundația au avut o contribuție de 250.000 de euro pentru sprijinul localităților afectate de inundațiile din anii 2005 și 2006.

Specific

Fundația nu finanțează programe ale altor organizații.

"Este păcat să nu folosim expertiza pe care o avem în companie și în fundație, de aceea ne îndreptăm investițiile către propriile programe," declară Cristina Horia.

De remarcat că, în paralel cu programele inițiate de fundație, compania A&D Pharma are propriile ei programe sociale adresate studenților de la Farmacie.

Georgiana Grecu, Public Affairs, Manager Fundația Ozone
Un an și jumătate de activitate.

Obiective

Programele fundației se îndreaptă în două mari direcții, sănătate și educație. Domeniile de implicare socială sunt alese de comun acord de către acționariat, management, prin departamentul Corporate Affairs, și fundație.

Unul dintre principalele programe, desfășurat la nivel național, vizează automedicația rațională. De asemenea, un program amplu se adresează persoanelor fără adăpost.

"În domeniul educației, am inițiat programul "Ozone for Success", adresat studenților, proiect ce își propune familiarizarea studenților cu ceea ce presupune o afacere în acest domeniu: administrarea unui cabinet medical, administrarea unei farmacii", declară Georgiana Grecu.

De asemenea, fundația a devenit cunoscută prin campania de educație civică dedicată încurajării donațiilor de sânge.

Alte programe: sponsorizări, donații de medicamente, acte caritabile.

Andreea Rotaru, Director & Nicoleta Bosnigeanu, Fundația Alexandrion Group
Fundația umanitară Alexandrion a fost creată în anul 2003, acționând în plan social în numele grupului de afaceri cu același nume.

Domenii de investiții sociale

Fundația Alexandrion administrează programele de investiții în comunitate ale grupului, intervenind în domenii precum educație civică, protecția copilului, sănătate, proiecte comunitare, cultură și sport.

Cel mai recent program

"Și tu poți dota biblioteca școlii tale. Reciclează hârtie!", un program în egală măsură de educație civică și de mediu. Este vorba de un program de reciclare de hârtie, desfășurat în școli. "Programul are în centru o campanie de informare. Dincolo de autorități, avem ca partener principal fundația World Vision," arată Nicoleta Bosnigeanu.

Motivatie: Integrarea in Uniunea Europeana la 1 ianuarie 2007 presupune o conștientizare mai accentuată a conceptului de ecologie. Iar respectarea unor principii ecologice devine o problemă stringentă, mai ales ca in Romania nu exista inca aceasta cultura a protejarii mediului inconjurator. Exista acum un semnal de alarma la nivel international in ceea ce priveste incalzirea globala, poluarea tot mai accentuata, epuizarea resurselor planetei, propunandu-se o serie de masuri cu efect imediat, printre acestea si necesitatea reciclarii deseurilor. Romania va trebui sa se alieze acestor eforturi, sa respecte si sa aplice legislatia europeana de protectie a mediului.

Fundația dublează banii primiți pt hârtia reciclată, sume de care se cumpără cărți pentru bibliotecile din școlile partenere.

Misiune

Andreea Rotaru: "Pentru companiile din grup este important să existe un bun dialog cu toate grupurile cointeresate. Fundația își propune să se implice în comunitățile în care fabricile din grup își desfășoară activitatea."

Cristina Cojanu, Project Manager Fundația Ciel Romania

Înființată un an de zile de către Ciel România SA, companie din industria de software.
Fundația nu are angajați, fiind administrată de un angajat al firmei.

Obiective și grupuri țintă

Programul principal este unul de antreprenoriat, un proiect adresat tinerilor întreprinzători. Este vorba de un concurs de proiecte de afaceri pentru cei care doresc să-și deschidă o afacere. Premii: credite fără comision și dobândă, dotări pentru începerea afacerii. În mare măsură, proiectul este susținut de către companie. Fundația atrage, însă, și parteneri pentru concurs, bănci, parteneri media etc. "Beneficiul acestui program este unul de imagine, asocierea mărcii Ciel cu povești de succes în afaceri", declară Cristina Cojanu.

Dincolo de acest proiect, fundația investește în burse pentru masteranzi în domeniul contabilității și finanțelor.

Misiune

„Ne propunem să îi susținem pe cei care aduc plus-valoare societății. Ne așteptăm ca, în momentul în care fac profit, aceștia să îi sprijine, la rândul lor, pe cei tineri întreprinzători. Ar fi, însă, o obligație morală, noi, nu le putem impune acest lucru, arată Cristina Cojanu.

Raluca Popa, PR Manager, Fundația Life for Life

Fundația este creată de Lavinia Huidan, acționar și președinte al Euro Inter Trade – Forum Auto, unic importator Volvo în România.

Fundația s-a născut ca inițiativă personală a proprietarului și directorului general al companiei, Lavinia Huidan, ulterior fundația preluând toate acțiunile de responsabilitate socială ale companiei. Președintele fundației este chiar președintele companiei, Lavinia Huidan. Fondurile fundației sunt asigurate din profitul distribuitorului, 1% din vânzarea fiecărui autoturism fiind îndreptat către fundație. În acești ani s-au investit aproximativ 300.000 de euro.

Obiective de CSR

"Ne implicăm în proiectele sociale, adresate copiilor. Am ales două domenii care exprimă și valorile mărcii Volvo, educația și cultura. Pornim de la premisa că investițiile private în educație și cultură pot antrena schimbări favorabile în România. Încercăm să creăm dezbateri publice în care se întâlnesc elite din cultură, educație și mediul de afaceri," afirmă Raluca Popa. Parteneri: universități de stat, instituții de cultură, precum Colegiul Noua Europă, Casa Lovinescu, Institutul Cultural Român.

Misiune

Fundația a fost creată ca răspuns la inundațiile din 2005. În acel moment fundația s-a implicat în sprijinul unor comunități sinistrate, construind case pentru familii. „O dată cu acest caz punctual de implicare, am început să ne definim o strategie pe termen lung de CSR,” declară Raluca Popa. "Depindem de Volvo în ce privește filosofia și valorile companiei."

Anca Crahmalic, Marketing Manager, SIVECO România: Nevoia de management și de coerență

"Este important ca programele de CSR să fie concepute de profesioniști în probleme sociale și asistență socială", profesioniști care nu se găsesc în structurile de management obișnuite ale companiilor.

"Este important ca domeniul social în care ne implicăm să fie bine delimitat și legat de strategiile companiilor, astfel încât marca să fie identificată cu tema socială respectivă.

Violeta Moisa, fundația World Vision: Nevoia de strategie și de evaluare

"Este important ca fundațiile corporatiste să aibă criterii clare de selecție a partenerilor și a programelor sociale în care se implică."

De ce o fundație corporatistă?

- folosirea celor 2% din impozitul pe veniturile angajaților companiei.

- eficientizarea resurselor și investițiilor în CSR; o fundație poate crea parteneriate cu alte organizații, acțiunile ei fiind mai eficiente.

Alte fundații corporatiste existente în România:

Coca Cola HBC România, Fundația Oameni pentru Comunitate

Glaxo Smith Kline, Fundația Parteneri pentru Viață

Unicredit Țiriac Bank, Fundația Unidea

UPC România, Fundația UPC, (finanțată parțial din donațiile celor 2% din impozitul pe venit al angajaților, desfășoară programe pentru copii)

Fundația Vodafone (susține programe caritabile pentru comunitățile locale; există un set de reguli de finanțare a programelor, investițiile sunt îndreptate către domeniul social și educație)

Motorola Foundation (inițiază programe dedicate copiilor, urmărind integrarea în sistemul educațional a copiilor proveniți din familiile sărace. Activitățile fundației sunt finanțate de către companie)

Fundația PricewaterhouseCoopers România (creată în anul 2006).