



Banca Transilvania are sediul central în Cluj. Cum arată investițiile sociale și de mediu privite din Transilvania?

Indiferent de unde privim, putem remarca numărul mare de investiții dedicate comunității, din partea unor companii sau organizații din țară. Unele proiecte sunt de anvergură, implicând multe resurse sau au o arie extinsă de aplicare – și atunci nu au cum să nu îți atragă atenția. Aflăm, desigur, despre aceste inițiative din diverse medii de informare pentru că, din fericire, componenta de comunicare face parte tot mai mult din toate etapele acestor programe de implicare socială.

Banca Transilvania, tocmai pentru că este parte a comunității, s-a alăturat unor astfel de inițiative sau, la rândul său, a fost cea care a demarat proiecte de CSR.

BT se numără printre cele mai generoase companii din țară, conform Topului Donatorilor 2009. Cum ați descrie relația dintre profitabilitate și implicarea în activități de CSR?

Intr-adevăr, Banca Transilvania se află printre primele locuri în Topul Donatorilor 2009. Astfel de clasamente sunt un barometru binevenit pentru noi, dar nu reprezintă un obiectiv în sine, în acest domeniu.

Cred că activitățile de CSR influențează pozitiv performanța financiară a companiilor. Oamenii aleg mai ușor, mai repede să lucreze cu companii care demonstrează „că au suflet”, așa cum este și Banca Transilvania. CSR-ul trebuie să fie un instrument de business și parte a strategiei generale a unei companii.

Pe de altă parte, într-un top realizat acum un an și ceva și publicat pe un site de profil din România era demonstrat faptul că, în cazul băncilor din România, cele mai profitabile dintre acestea investesc și cel mai mult în proiecte de implicare socială. Iar acest lucru vorbește de la sine.

„Clujul Are Suflet” este unul dintre proiectele majore ale Băncii Transilvania, pentru care ați primit și marele premiu la secțiunea „Cel mai activ multiplicator de informație din mediul de afaceri în cadrul Galei Multiplicatorilor de Informație Europeană din Transilvania de Nord”. Prin ce anume se individualizează acest proiect?

Intr-adevăr, este un premiu care ne onorează. Clujul Are Suflet este cel mai important program de implicare socială a BT. Nu este o campanie care vine și trece. Prin această fundație, dorim să ajutăm cât mai mulți tineri defavorizați să aibă o viață mai bună, să se integreze, să continue școala, să își găsească un loc de muncă. Deja peste 800 de adolescenți au beneficiat

Scris de Anca Rarău

Duminica, 05 Decembrie 2010 23:54

programele derulate la Centrul de zi "Clujul Are Suflet" și implementate împreună cu partenerul nostru, Fundația Română pentru Copii, Comunitate și Familie.

Care sunt criteriile în funcție de care selectați ONG-urile partenere?

Este important pentru noi, ca bancă, să avem parteneri cu care să obșinem rezultatele așteptate. Câteva dintre criteriile de care ținem cont atunci când alegem ONG-urile partenere sunt următoarele: proiectele derulate, experiența, obiectivele îndeplinite, angajamentul și împărtășirea valorilor Băncii Transilvania.

Doriți să transmiteți un mesaj colegilor de breaslă?

Gânduri bune!

Anca Rarău lucrează la Banca Transilvania încă de la terminarea facultății și conduce, de cinci ani și jumătate, Direcția de Marketing și Comunicare. Printre performanțele profesionale, realizate împreună cu echipa sa, cele mai notabile sunt contribuția la creșterea brand-awareness-ului BT în ultimii 5 ani, câștigarea a patru premii Effie de către campanii publicitare ale băncii și a unui PR Gold Award, alături de reușitele programelor de CSR în care s-a implicat direct.

Interviu realizat de Rebeca Pop, Noiembrie, 2010. Copyright CSR Romania