

# CATALOGUL Faptelor Bune

# 2021

DECEMBRIE

[www.csrmedia.ro](http://www.csrmedia.ro)

STRATEGIE DE BUSINESS:

**Implicare.**  
**Responsabilitate.**  
**Sustenabilitate.**  
**Impact.**  
**Comunitate.**



COMUNITATE



IMPLICARE

VEZI FAPTELE BUNE  
DIN COMUNITATEA TA!

**DESCOPERĂ  
ACUM!**

ONLINE ȘI PRINT

*Ediție Specială*

# O LUME MAI BUNĂ, CU FIECARE DONAȚIE

Noiembrie 2021



2012 – 2021

Suma atrasă din donații:

**4.814.938 lei**

sau **972.891 euro**



**74.141**

donații realizate



**1.444 lei**

atrași în medie pe zi



**65 lei**

atrași în medie per donație



**22**

donații realizate în medie pe zi



2021\*

Suma atrasă din donații:

**494.913 lei**

sau **100.000 euro**



**6.253**

donații realizate



**1.546 lei**

atrași în medie pe zi



**79 lei**

atrași în medie per donație



**19**

donații realizate în medie pe zi

**Bursa Binelui** este platforma online unde donațiile sunt necomisionate - cât donezi, atâta primește ONG-ul respectiv.

De 9 ani, prin intermediul ei, peste 60.000 de oameni au reușit să susțină cauzele în care cred, printr-un singur click.

Mai mult de 700 de asociații diverse, din întreaga țară, au primit ajutorul de care aveau mare nevoie.

Le mulțumim tuturor pentru binele pe care-l fac și vă încurajăm să-i sprijiniți și voi pentru ca poveștile lor de bine să continue, cu o donație pe [www.bursabinelui.ro](http://www.bursabinelui.ro)

2012 – 2020

- 2012 & 2013  
**303.005 lei** atrași din  
**5.642** donații
- 2014  
**138.345 lei** atrași din  
**2.351** donații
- 2015  
**378.675 lei** atrași din  
**8.512** donații
- 2016  
**481.509 lei** atrași din  
**7.621** donații
- 2017  
**793.244 lei** atrași din  
**12.392** donații\*
- 2018  
**779.320 lei** atrași din  
**11.859** donații
- 2019  
**642.217 lei** atrași din  
**9.615** donații
- 2020  
**803.710 lei\*\*** atrași din  
**9.896** donații

\*număr record de donații dintr-un an

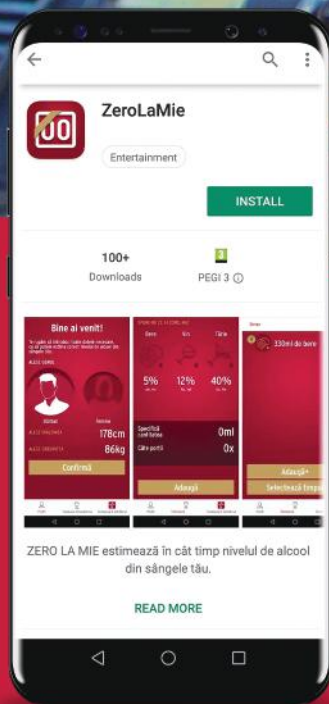
\*\*suma record atrasă din donații într-un an





URSUS  
Breweries

# Pornește la drum cu ZERO LA MIE



Descarcă gratuit aplicația, introdu-ți datele în secțiunea bio și află pe loc timpul estimativ necesar pentru revenirea la zero la mie alcoolemie. Aplicația Zero la Mie, pentru șoferii care vor să fie mereu în control la volan.



**KAUFLAND ROMÂNIA** - PRIMUL RETAILER  
CU O INFRASTRUCTURĂ DE AUTOMATE  
DE RECICLARE LA NIVEL NAȚIONAL

**RECICLEZI  
ȘI SALVEZI**



**STATISTICI RECICLARE**  
LA INFRASTRUCTURA  
DE AUTOMATE LA NIVELUL  
MAGAZINELOR  
KAUFLAND ROMÂNIA



PESTE  
**5.700.000**  
AMBALAJE



PESTE  
**1.000.000**  
CLIEȚI



**146**  
APARATE



IANUARIE - AUGUST 2021



**CONSUMUL EXCESIV  
DE AMBALAJE DĂUNEAZĂ  
GRAV COMUNITĂȚII.**

Implicarea  
face  
diferența.



Mai multe informații pe [www.kaufland.ro](http://www.kaufland.ro)





**Lăcrămioara BOTEZATU**  
Project Manager - CSRMedia.ro

Lăcrămioara conduce Platforma CSRmedia.ro începând din septembrie 2011.

În tot acest timp, împreună cu echipa sa, a publicat pe site peste 10.000 de texte despre acțiunile de Responsabilitate Socială ale companiilor din țara noastră.

Absolventă a Facultății de Istorie la Universitatea București și a programului de Master Comunicare și Relații Publice, din cadrul SNSPA, Lăcrămioara are peste 15 ani de experiență în mass-media.

Este, de asemenea, Expert / Consultant CSR, certificat de către Academia de Studii Economice București.

Lăcrămioara este pasionată de călătorii și de scris Știri Bune!

## EDITORIAL

**Catalogul Faptelor Bune 2021** reunește 100 de proiecte de Sustenabilitate și Responsabilitate Socială derulate de companii și fundații corporative pe parcursul anului 2021.

Catalogul este o Ediție Specială, fiind dedicat, exclusiv, companiilor care dezvoltă și implementează proiecte de Sustenabilitate și Responsabilitate Socială în comunitățile din jurul lor, și nu numai.

Chiar dacă provocările din această perioadă pandemică au fost multiple, companiile au continuat să susțină comunitățile din jur, fiecare după putere și posibilități. Au predominat proiectele din domeniul sanitar și cele din sistemul educațional.

Prin acest nou proiect editorial am dorit să scoatem în evidență proiectele care au avut un impact semnificativ în comunitate.

Cele peste 100 de proiecte au fost selectate și grupate de către echipa CSRmedia din totalul proiectelor primite la redacție pe întreg parcursul anului 2021.

Revista scoate în evidență obiectivele, activitățile, rezultatele și, mai ales, impactul Faptelor Bune implementate pe tot cuprinsul țării.

Pe această cale mulțumim tuturor celor care schimbă în bine lucrurile din jurul lor, dar mai ales companiilor care se implică activ și pe termen lung în comunitățile în care activează.



**BCR Școala de Business** este o platformă concepută pentru antreprenorii români prin care aceștia pot accesa informații cheie pentru dezvoltarea unui business de succes. Aceasta oferă sfaturi utile și cunoștințele necesare care vin în completarea instinctelor native ale antreprenorilor pentru ca ei să își dezvolte un business inteligent.

Românii au initiative antreprenoriale, însă nu reușesc să le ducă la bun sfârșit. Suntem pe ultimul loc în Uniunea Europeană la amprenta antreprenorială. Cu doar 29 IMM-uri la mia de locuitori, România se află la jumătatea mediei europene, de 58 IMM-uri la 1.000 de locuitori. Majoritatea firmelor se blochează pe drum și putine ajung la o dimensiune relevantă pentru economie. Doar o companie din 1000, adică 0,1% dintre start-up-uri ajung să aibă cu adevărat succes după un deceniu de activitate. În acest context, educația antreprenorială este vitală pentru a dezvolta viitorul ecosistem de afaceri inteligente create în România.

Platforma BCR Școala de Business este concepută sub forma a trei module. Primul este Edutainment - pentru business-uri aflate la început de drum, start-up-uri și freelanceri, precum și pentru IMM-uri, cursurile putând fi accesate și de cei care doresc să devină antreprenori. Al doilea modul este format din conținut video cu povești din spatele unor afaceri inteligente românești, din care antreprenorii să găsească inspirație. Al treilea este realizarea unui Roadshow national pentru IMM-uri cu experiență, fiind organizate anual workshop-uri online cu peste 1.000 de antreprenori.

Obiectivul pe termen lung al proiectului este să devină o platformă one-stop-shop pentru antreprenorii care doresc să dezvolte afaceri inteligente, având acces la cursuri care acoperă toate nevoile de business (marketplace, management financiar, vânzări, surse de finanțare, informații juridice, dezvoltare de produs, marketing, facturare etc).

#### • **Activitățile Proiectului**

BCR Școala de Business cuprinde în prezent 6 cursuri, ce au în total 56 de capitole, 76 de materiale video și 76 de teste.

Cele șase cursuri acoperă categorii de informații precum Management financiar, curs realizat în parteneriat cu economistul lăncu Guda; Succesul în vânzări, curs realizat în parteneriat cu Trend

Consult, companie antreprenorială cu acționariat 100% român, cu expertiză în soluții pentru oamenii de vânzări; ABC Juridic, curs realizat împreună cu fondatorii Avocatnet.ro - website-ul care, de peste 16 ani, explică legislația pe înțelesul tuturor; Curs de antreprenariat; Sfaturi utile pentru investiții; Programe de finanțare pentru antreprenori este cel mai recent curs creat de echipa BCR și a fost dezvoltat pentru a oferi tuturor celor interesați, antreprenori sau autorități, informații despre oportunitățile de finanțare nerambursabile.

BCR Școala de Business este principalul susținător al emisiunii Imperiul Leilor, difuzată pe PRO TV, și susține afacerile românești aflate la început de drum. În cadrul emisiunii de la PRO TV, ambasadorii BCR Dana Dima, Vicepresedinte Retail & Private Banking BCR, și Bogdan Cernescu, Director Corporate Coverage, au avut intervenții în fiecare din cele 13 emisiuni oferind sfaturi practice de educație antreprenorială.

Printre cele 13 teme abordate în emisiune s-au numărat analiza de piață, cum obții finanțare, surse de venituri, planul de afaceri, pitch-ul de nota 10 sau planul de criză.

Odată cu emisiunea a fost lansat un concurs online, în care antreprenorii au fost invitați să-și facă cont pe platforma [www.bcrscoala-debusiness.ro](http://www.bcrscoala-debusiness.ro) și să își prezinte planurile de viitor pentru a câștiga un premiu cash de 10.000 de euro din partea BCR.

S-au înscris peste 1.300 de antreprenori, câștigătorul fiind o companie de tehnologie din Cluj-Napoca.

Anul acesta, BCR Școala de Business a lansat un marketplace pentru antreprenori - SalesBridge.ro, care ajută antreprenorii să-și prospec-teze potențiali clienți și parteneri în toată baza de date a companiilor la nivel național, să-și gestioneze vânzările și să folosească servicii de facturare. Proiectul este în fază pilot, având deja 90 de antreprenori, urmând să fie dezvoltat în 2022.

#### • **Numărul de beneficiari**

Proiectul a sprijinit direct circa 20.000 de antreprenori și freelanceri și a promovat sfaturi practice de educație antreprenorială la peste 1 milion de oameni.

#### • **Rezultate / Impact**

De la lansare, din februarie 2020, platforma BCR Școala de Business a ajuns la peste 18.000 de utilizatori, antreprenori, manageri, liber profesioniști, profesori și studenți care doresc să se pregătească pentru o aventură în lumea businessului și să dezvolte afaceri inteligente.

Susține emisiunea Imperiul Leilor, cu cea mai mare audiență pe slotul său, și este al doilea cel mai urmărit show de televiziune din România, contribuind astfel la creșterea impactului educației antreprenoriale.

Au fost organizate workshop-uri online cu peste 1.000 de antreprenori, cărora li s-au prezentat soluții de business în situații dificile, precum și surse de finanțare.



#### • Obiectiv

Combaterea risipei alimentare și eradicarea sărăciei.

#### • Activitățile Proiectului

**Banca pentru Alimente** are misiunea de a recupera produsele excedentare de la producători agricoli, procesatori, retaileri, etc. și de a le distribui gratuit către ONG-uri, având ca beneficiari persoane din medii vulnerabile. În calitate de partener fondator, Lidl România a susținut extinderea rețelei naționale, care în prezent are 9 filiale regionale active în București, Cluj, Roman, Brașov, Oradea, Timișoara, Constanța, Craiova și Galați. Lidl și-a asumat să susțină costurile pentru începerea activității fiecărei Bănci Regionale și o parte din costurile de funcționare, dar și să contribuie la dezvoltarea continuă a infrastructurii acestora. În plus,

retailerul donează constant și produse care sunt aproape de termenul de valabilitate sau nu mai pot fi introduse la vânzare din diverse motive, dar sunt încă bune pentru consum. De asemenea, Lidl, în parteneriat cu rețeaua Băncilor pentru Alimente, organizează bi-annual campanii de colectare de alimente în magazinele sale, prin care clienții se pot implica activ în combaterea risipei alimentare.

#### • Numărul de beneficiari (directi și indirecti)

Peste 130.000 de beneficiari directi în cei 5 ani de activitate.

#### • Buget (EUR):

Lidl a finanțat dezvoltarea rețelei cu peste 4.154.000 lei, din 2016 până în 2021.

#### • Rezultate / Impact

- peste 6.100 de tone de alimente colectate de la peste 100 de companii în cei 5 ani de activitate.

- 2.900 tone de alimente donate către 136.000 beneficiari, doar în primele 10 luni ale anului 2021.

- 200 tone de alimente donate de Lidl România din martie 2021 până acum. Susținerea rețelei de Bănci pentru Alimente nu este singurul demers de reducere a risipei alimentare derulat de Lidl.

Retailerul adoptă și măsuri interne, care să reducă semnificativ risipa alimentară, precum optimizarea stocurilor magazinelor, sau vânzarea anumitor categorii de produse la preț redus atunci când se apropie de termenul de valabilitate.

## Fundația FAN Courier

### Programul de burse „Elev la Liceu”

Programul **”Elev la Liceu”** a venit în urma întâlnirii cu un băiețel pe nume Ionuț, de 10 ani, undeva la țară, la Năeni, la mormintele tracice. Ne-a impresionat plăcerea cu care povestea despre mormintele tracice și faptul că știa o mulțime de lucruri la istorie, dar am fost dezamăgiți că Ionuț nu părea că o să ajungă la liceu.

Astfel, ne-a venit ideea ca într-o zi acești copii de la țară să aibă posibilitatea de a-și continua studiile, de a merge la liceu.

În prezent, în cadrul proiectului de burse **”Elev la Liceu”** avem peste 80 de elevi și suntem la prima generație de elevi care va termina cei patru ani de liceu, generație care ne-a făcut mândri de rezultatele obținute și ne-au arătat că se pot obține performanțe la cel mai înalt nivel, 90% dintre ei terminând cu media generală peste 9 la cele mai bune licee din țară.

#### • Activitățile Proiectului

Acordarea de burse pentru elevii de clasa a VIII-a din zonele rurale/defavorizate care își doresc să continue studiile, dar nu au posibilitatea financiară.

#### • Numărul de beneficiari

80 de elevi beneficiază de burse pe toată perioada liceului



#### • Rezultate / Impact

Am eliminat grijile materiale, astfel încât copiii să-și concentreze atenția asupra școlii. Am familiarizat copiii cu tehnologia. Copiii au învățat să-și gestioneze propriul buget, au devenit mici adulți.

Programul se adresează tuturor elevilor care vor să urmeze licee teoretice, școli profesionale, licee tehnice și nu beneficiază de o bursă similară precum cea oferită în cadrul programului **”Elev la Liceu”**.

Programul acoperă cheltuielile cu cazarea, mâncarea, transportul, haine, rechizitele și manualele necesare desfășurării activității optime de **”Elev la Liceu”**. Nivelul fiecărei burse se diferențiază pe mai multe plafoane de performanță școlară.



Aflată la prima ediție în România, competiția națională **Solve for Tomorrow** are obiectivul de a aduce împreună tehnologia, educația, soluțiile eficiente și sustenabile pentru a rezolva probleme ale comunității. În cadrul competiției, prin îmbinarea tehnologiei cu educația și creativitatea, elevii cu vârsta între 16 și 18 ani își pot aduce ideile la viață, cu ajutorul sesiunilor de mentorat și al cursurilor de Sustainable Design Thinking.

#### • Activitățile Proiectului

Competiția Solve for Tomorrow s-a desfășurat în două etape. Prima a fost cea de înscriere, în urma căreia juriul a selectat 25 de proiecte pentru a merge în cea de-a doua etapă, pe baza unor criterii atent stabilite. Pentru cei 75 de participanți selectați au urmat 5 săptămâni de pregătire intense - au participat la 10 ateliere de pregătire și mentorat, în care au învățat despre metoda Design Thinking și despre bazele antreprenoriatului, având alături mentori din cadrul Samsung România și Junior Achievement România. Fiecare participant/echipă a beneficiat de sesiuni de mentorat personalizate, 1:1, cu scopul de a-i ajuta pe elevi să-și dezvolte idea, astfel încât să o transforme într-o inovație fezabilă, cu potențial de a ieși câștigătoare în cadrul finalei programate în data de 8 decembrie 2021. În plus, în 25 noiembrie, în cadrul Demo Day, participanții s-au întâlnit pentru prima dată cu juriul, în fața căruia și-au prezentat proiectele și de la care au primit feedback și sugestii de îmbunătățire a proiectelor până în ziua finalei.

#### • Numarul de beneficiari

Beneficiarii proiectului Solve for Tomorrow numără 4.585 de elevi și profesori, la nivel național.

#### • Rezultate / Impact

În prima ediție a competiției Solve for Tomorrows-au înscris 242 de proiecte. Dintre acestea, 25 de proiecte au fost selectate pentru cea de-a doua etapă, 85 de participanți beneficiind de ateliere de pregătire și mentorat.

#### Câștigătorii primei ediții Solve for Tomorrow România:

☑ **Premiul I** – acordat echipei PartJob din Timișoara, formată din Timariu Florin Gabriel, Vicol Denys, Danciu Denisa, Crăciun Alexandru și Liciu Darius – Ștefan.

Proiectul echipei, înscris în categoria Diversitate și Incluziune Socială, vizează dezvoltarea unei platforme de joburi part-time dedicată tinerilor începând cu vârsta de 16 ani, pentru a-i ajuta pe aceștia pe de-o parte să acumuleze experiență profesională, iar pe de altă parte să aibă satisfacția de a-și asigura o parte din venituri încă din perioada liceului. Echipele s-a remarcat prin implicarea de care a dat dovadă, prin acuratețea cu care proiectul a fost prezentat în fața juriului, precum și prin îmbunătățirile pe care le-a adus proiectului pe parcursul celei de-a doua etape a competiției.

**SAMSUNG**

# Solve for Tomorrow

Ideea ta poate schimba viitorul!



Together for Tomorrow!  
**Enabling People**  
Education for Future Generations

- ☑ **Premiul II** – acordat echipei mPower din Piatra Neamț, formată din Andronic Darius-Dimitrie, Andronic Maria, Sturzu-Cosma Smaranda, Apostol Alexandru, al cărui proiect constă în dezvoltarea unei aplicații pentru raportarea și combaterea fenomenului bullying
- ☑ **Premiul III** – acordat echipei Recycle:GO din Brașov, formaș din Cioropariu Eduard, Cojanu Olivia Ștefania, Opriș Liviu Vlad, Sofronie Andrei Alexandru, ce își propune dezvoltarea unei aplicații pentru stimularea colectării deșeurilor
- ☑ **Premiul special Cool Factor Award** – acordat lui Andrei Băraitaru din Constanța, pentru cea mai creativă prezentare, cu elemente de design unice
- ☑ **Premiul special Best Speech** – acordat Biancăi Badea din Filași, pentru cel mai bun elevator pitch, cu cel mai clar discurs
- ☑ **Premiul special Best Teacher** – acordat domnului profesor Marius Morar, de la Școala Superioară Comercială Nicolae Kretzulescu din București, pentru implicarea de care a dat dovadă pe parcursul întregii competiții, ajutând și motivând constant echipa coordonată





## KAUFLAND România

### Schimbă PET-ul cu biletul



„Schimbă PET-ul cu biletul” este prima campanie din România care a introdus plata cu deșeurile pentru transportul public. Dezvoltată de Asociația Act for Tomorrow și Kaufland România, cu sprijinul Ministerului Mediului, Apelor și Pădurilor, campania s-a desfășurat în perioada mai - octombrie, în 7 orașe. Desemnată cea mai bună campanie de comunicare de mediu în cadrul PR Awards 2021, „Schimbă PET-ul cu biletul” și-a propus încurajarea adoptării unui comportament responsabil, prin colectarea deșeurilor reciclabile și folosirea mijloacelor de transport public, contribuind la dezvoltarea unor orașe mai curate și a unui mediu mai sănătos.

#### • Activitățile Proiectului

În cadrul campaniei, în schimbul a 5 deșeuri (PET-uri, sticle sau doze de aluminiu) participanții au primit un bilet de autobuz, cu două călătorii, valabil pe orice linie de transport. Campania „Schimbă PET-ul cu biletul” a fost lansată la Constanța, în cadrul inițiativei Vinerea Verde. Datorită

succesului de care s-a bucurat în Constanța și în Craiova, organizatorii au decis extinderea acesteia printr-o caravană, care a ajuns în toamna acestui an în încă 5 orașe: Iași, Timișoara, Buzău, Galați și Sibiu. În total au fost 11 ediții. Extinderea campaniei este posibilă deoarece Kaufland este

primul retailer din România care oferă o rețea de automate de reciclare în toate orașele.

#### • Numărul de beneficiari

6.078 de locuitori ai orașelor vizitate de caravană

#### • Rezultate / Impact

Cei 6.078 de participanți s-au mobilizat exemplar în cadrul campaniei și au colectat 2.645 kg deșeuri, oferind un răspuns pozitiv și contribuind la dezvoltarea unor orașe mai curate și a unui mediu mai sănătos, prin implicare și responsabilitate.

## Nestlé România

### NutriPorția și Cartea de Rețete Nestlé for Healthier Kids

Nestlé își reconfirmă angajamentul de a îmbunătăți calitatea vieții oamenilor din întreaga lume și de a contribui la un viitor mai sănătos prin instrumentul **NutriPorția** și prin lansarea primei cărți de rețete sănătoase realizate de părinți pentru părinți în cadrul **Inițiativei Nestlé for Healthier Kids**. Ingredientul secret al alimentației copiilor este exemplul părinților și al familiei. Dacă în familie se mănâncă sănătos, într-o atmosferă liniștită și plină de dragoste, copiii vor mânca și ei sănătos. O relație sănătoasă cu mâncarea trebuie dezvoltată din copilărie.

#### • Obiectivul Proiectului

Pentru a veni în ajutorul părinților să pregătească mese echilibrate pentru copii, Nestlé a creat instrumentul NutriPorția, care arată care sunt cantitățile potrivite din fiecare grupă de alimente pentru cele 2 mese principale ale zilei, prânz și cină. Gândit pentru copiii între 4 și 12 ani, e metoda ideală de a te asigura că mănâncă echilibrat și cresc sănătos. Acest instrument de măsurare a porțiilor împreună cu o planșă de desen (Creionilă), Nutrișervetul și jocul NuTrișa pot fi descărcate de părinți și copii direct de pe site-ul Nestlé - [www.nestle.ro/nutritie](http://www.nestle.ro/nutritie).

#### • Activitățile Proiectului

☑ Cartea de Rețete Nestlé for Healthier Kids, realizată cu aportul mai multor părinți și chefi, își propune să ne arate cât de ușor putem pregăti mâncăruri echilibrate nutrițional alături de copiii noștri, implicându-i în tot procesul, de la achiziționarea ingredientelor și până la spălarea vaselor după masă. Cartea de Rețete Nestlé for Healthier Kids cuprinde rețetele cheilor și food bloggerilor Chef Sorin Bontea, Chef Ștefan Popescu, Greta Apostol și Larisa Sferle, care sunt la rândul lor și părinți, rețetele unor părinți din comunitățile acestora, precum și 56 de rețete ale comunității de părinți din mișcarea națională “Și eu trăiesc sănătos! - SETS”, program inclus sub umbrela Inițiativei Nestlé for Healthier Kids. Fiecare rețetă este bine structurată și ușor de urmat chiar și de

către cei care au mai puțină experiență în bucătărie, are valorile și recomandările nutriționale. Toate rețetele din carte sunt extrem de valoroase pentru faptul că sunt simple, tradiționale și ușor de gătit cu ingrediente locale, sunt echilibrate respectând toate categoriile de nutrienți (carbhidrați, grăsimi, proteine), și sunt realizate de

către părinți români pentru gusturi românești. Cartea de Rețete Nestlé for Healthier Kids poate fi descărcată de pe pagina Nestlé, acolo unde am creat o secțiune specială pentru acest proiect - aici.

☑ Campanie de comunicare: comunicat de presă, PR blitz către o serie de 35 de contacte media, parteneriat cu Avantaje, eva.ro, Forbes Kids, campanie de amplificare

☑ Participarea la evenimentul Obiceiuri sănătoase din bucătărie în parteneriat cu Avantaje - expunere la 40 de părinți participanți

☑ Participarea la evenimentul Senatul Copiilor, organizat de Ambasada Elveției, pe 1 iunie - expunere la 1500 de părinți

#### Rezultate / Impact

☑ 70 de materiale de presă și apariții, cu un reach de 2.28 milioane de vizitatori unici (pe săptămână)

☑ Rezultate descărcări carte: 7,100 unique readers; 8,200 visits; 64,177 page views .

Campania de informare și awareness a avut ca beneficiari atât părinți, cât și copii. NutriPorția a fost diseminată și în școli prin parteneriatul cu Fundația PRAIS, în cadrul Mișcării Naționale “Și eu trăiesc sănătos! - SETS”.



TRANSAVIA și Asociația CONIL au înființat **Școala Gimnazială CONIL**, o școală incluzivă, dedicată copiilor cu cerințe educaționale speciale. Proiectul contribuie la dezvoltarea ecosistemului educațional și terapeutic, CONIL, care grupează grădinițe, școală primară, centre de zi pentru recuperarea și terapia copiilor cu dizabilități și acum și școală gimnazială.



Este o certitudine faptul că și copiii afectați de tulburări din spectrul autismului, de Sindromul Down sau de dizabilități locomotorii au nevoie de educație de calitate și de îngrijire calificată. Sprijinul specializat, bazat pe educație incluzivă pentru dezvoltarea copiilor cu cerințe educaționale speciale, este esențial pentru evoluția lor. Noua Școală Gimnazială, integrată în ecosistemul educațional CONIL, susținută prin donația făcută de TRANSAVIA, este bazată pe principiul educației incluzive, prin care acestor copii li se asigură confortul emoțional al unei vieți sociale normale.

#### • Activitățile Proiectului

Proiectul își propune înființarea unei Școli Gimnaziale într-o locație comună cu Centrul de zi pentru recuperarea copiilor cu dizabilități, un loc în care aceștia să beneficieze atât de educație, cât și de terapii integrate, menite să le ofere copiilor o șansă reală la recuperare și integrare.

Proiectul prevede:

- Autorizarea spațiului prin monitorizare și evaluare ARACIP
- Amenajarea spațiului interior (1.600 mp utili)
- Dotarea sălilor de clasă, a laboratoarelor, a cabinetului medical, a sălilor de terapie și a camerei senzoriale în conformitate cu ultimele standarde
- Amenajarea și dotarea spațiului interior și exterior cu sistem de sonorizare, control acces și supraveghere video
- Amenajarea și dotarea sălii de sport și a celei de kinetoterapie
- Amenajarea și dotarea sălii de meloterapie
- Amenajarea și dotarea sălii de arterapie
- Amenajarea și dotarea bibliotecii școlare și a ludotecii
- Amenajarea și dotarea locului de joacă exterior

#### • Numărul de beneficiari

300 de copii cu diferite dizabilități, cu vârste cuprinse între 3-18 ani, precum și cele 300 de familii ale lor vor beneficia prin inițiativa Asociației CONIL, susținută de Transavia, de programe de consiliere și terapie. Acestora, li se adaugă 40 de beneficiari indirecti reprezentați de voluntari, studenți în ani terminali la facultăți de profil care vor avea șansa de a lucreze cu copiii cu CES alături de

specialiștii asociației CONIL.

#### • Relevanța proiectului

Proiectul este relevant pentru grupul țintă pentru că permite continuarea educației într-un mediu controlat, pentru că oferă copiilor CES o șansă la o viață normală, pentru că îi pregătește pentru viitor și pentru că le dă posibilitate de a se transforma în adulți integrați în societate.

Așadar dacă ar fi să concluzionăm, proiectul ȘCOALA GIMNAZIALĂ CONIL există pentru:

- a oferi o educație cât mai bună copiilor cu CES
- a dezvolta ecosistemul educațional CONIL
- a dezvolta terapia educațională inclusivă
- a dezvolta o curiculă sincronizată cu cea aprobată de către ME, dar în același timp adaptată și aplicată pe fiecare elev în parte, cu rezultate cuantificabile și posibilități de dezvoltare ulterioară.

#### • Rezultate așteptate

Rezultatele așteptate sunt dimensionate în raport cu grupul țintă, respectiv copii cu cerințe educaționale speciale, din grupa de vârstă 10-14 ani. În București sunt peste 15.000 de copii cu tulburări din spectrul autist sau o altă dizabilitate care nu le permite accesul la o formă de educație de stat. Școala Gimnazială CONIL asigură accesul a 60 de copii/an de studiu, acoperind, pe ciclul de învățământ (4 ani), aproximativ 2% din populația eligibilă.

În cifre:

- 60 de copii înscriși/an școlar la Școala Gimnazială CONIL.
- completarea educației pentru 110 copii înscriși deja în programele educaționale CONIL (școala Primară CONIL- nivel primar și preșcolar)
- tratamente și terapii specifice dezvoltate în paralel cu școala CONIL pentru 130 de copii cu CES.

Proiectul a demarat la începutul lunii septembrie 2021 și va fi terminat la 15 august 2022 astfel încât, la 1 septembrie 2022 să aibă loc inaugurarea Școlii Gimnaziale CONIL și a Centrului de Recuperare și integrare a copiilor cu dizabilități.





### • Obiectivul Proiectului

- ✓ Transmiterea către publicul larg a mesajului de responsabilitate al Ursus Breweries legat de prevenirea consumului de alcool la volan
- ✓ Promovarea utilității aplicației **Zero la Mie** pentru conducătorii auto și încurajarea descărcării și folosirii acesteia
- ✓ Reiterarea faptului că, pentru a șofa, limita legală a conținutului de alcool în sânge este de 0%, conform legislației din România
- ✓ Actualizarea aplicației Zero la Mie, astfel încât să răspundă nevoilor mai multor utilizatori și să ofere informații suplimentare legate de consumul responsabil de alcool

### • Activitățile Proiectului

Zero la Mie face parte din inițiativele platformei de consum responsabil [www.desprealcool.ro](http://www.desprealcool.ro) și este aplicația de responsabilizare în trafic dezvoltată de Ursus Breweries în parteneriat cu Poliția Rutieră Română și Institutul de Medicină Legală. Urmând cinci pași simpli, utilizatorii pot să afle timpul estimativ în care nivelul de alcool din sânge revine la 0%. Calculul se face pe baza datelor introduse în secțiunea bio, precum gen, înălțime, greutate, cantitate și tip de alcool consumat, dar și intervalul de consum.

În 2021 aplicația a fost actualizată pentru a putea fi folosită de un public mai larg. Acum este disponibilă și în limba engleză, iar în afară de sistemul metric, utilizatorii pot folosi și sistemul imperial de măsură pentru introducerea datelor. Mai mult, într-un meniu

dedicat sunt disponibile normele de consum legal pentru alcool în mai mult de 50 de state, ceea ce face din Zero la Mie o aplicație utilă de accesat chiar și în călătorii sau vacanțe.

Promovarea consumului responsabil rămâne unul dintre angajamentele principale ale Ursus Breweries în ceea ce privește dezvoltarea durabilă și responsabilitatea corporativă. Studiile pe tema consumului de alcool, precum studiul „Atitudini Sociale privind riscul în trafic” realizat de Poliția Română cu sprijinul Ursus Breweries, arată că un procent semnificativ al conducătorilor auto încă șofează după ce au consumat alcool. De asemenea, majoritatea estimează greșit timpul până când cantitatea de alcool consumată este eliminată din sânge.

Prin urmare, pentru a adresa aceste situații și a promova consumul responsabil, Ursus Breweries a prezentat aplicația Zero la Mie și în cadrul festivalului UNTOLD, în luna septembrie 2021. Acțiunea de informare dedicată participanților a fost susținută cu implicarea partenerului Napoca Rally Academy, care a testat reacțiile festivalierilor prin teste de echilibru, care simulează starea de ebrietate pentru a înțelege riscurile asociate, dar fără a consuma alcool. Piloții Napoca Rally Academy, precum Bogdan Marișca, dublu campion național de raliuri, și Norbert Maior au promovat mesajul responsabil al Zero la Mie, au expus situații reale din competițiile sportive, dar și din trafic, și au oferit sfaturi constructive pentru mii de festivalieri care au început să folosească aplicația.

### • Rezultate / Impact

Până în prezent, aplicația Zero la Mie a acumulat mai mult de 50.000 de descărcări. Ea poate fi descărcată din PlayStore sau Appstore.

În cadrul festivalului UNTOLD, printr-o campanie de push SMS am ajuns la peste 5000 de persoane, iar peste 1700 de oameni au fost informați direct de către promotori și înscriși într-o tombolă în urma căreia au putut câștiga cursuri de conducere defensivă și de pilotaj sportiv.

## Procter & Gamble

### Renovare „Sală de clasă ca acasă” în Urlați, Prahova

Procter & Gamble a continuat, pentru al patrulea an consecutiv, programul „O sală de clasă ca acasă”, transformând încă o sală de clasă într-un spațiu unic în care elevii clasei pregătitoare sunt așteptați într-un mediu sigur și primitor.

### • Activitățile Proiectului

Programul a ajuns în 2021 la Școala Gimnazială din Apostolache, județul Prahova. Localitatea se află în vecinătatea orașului Urlați, unde P&G are două fabrici.

Cu ajutorul Mirunei Pavoni, arhitect cu o vastă experiență în crearea și amenajarea spațiilor educaționale pentru copii, locul a fost complet renovat și redecorat, pentru a primi elevii aflați la prima lor experiență cu școala primară într-o sală de clasă care să-i facă să se simtă ca



acasă.

La baza proiectului este un design unic, care transformă spațiul într-o lume magică, cu elemente prietenoase și colorate, în care fiecare piesă contribuie la o atmosferă sigură și în care cei mici se pot adapta mai rapid, chiar din prima zi.

### • Rezultate/Impact

Până acum, proiectul a ajuns în patru județe din România - Ialomița, Călărași, Dâmbovița și Prahova, unde aproximativ 170 de copii beneficiază de

condiții moderne de învățare, facilitându-le drumul către cele mai bune rezultate.

În cadrul acestui proiect, P&G colaborează cu autorități locale, ONG-uri și alte organizații, pentru a identifica nevoile din România și pentru a contribui activ acolo unde este posibil.



Un proiect  JA Romania  
A Member of J&J Worldwide

susținut de 

Cele 12 activități STEM2D folosite pentru desfășurarea la clasă:

1. A construi cu deșeuri minunate - elevii, grupați în echipe, planifică și construiesc diferite obiecte folosind materiale reziduale.
2. Baterii verzi - elevii descoperă modul în care energia chimică se transformă în electricitate.
3. Biomimetismul în design și inginerie - elevii descoperă că natura și organismele vii pot fi sursă de inspirație pentru rezolvarea problemelor

**WiSTEM2D Youth Pillar Year3** (Women in Science, Technology, Engineering, Mathematics, Manufacturing, and Design - Femei în Știință, Tehnologie, Inginerie, Matematică, Manufactură și Design)

#### • **Obiectivul Proiectului:**

O inițiativă educațională care include programe dedicate:

- Tinerilor cu vârste între 5 și 18 ani;
- Studenților;
- Profesioniștilor din mediul de afaceri

Prin activitățile proiectului se dorește cultivarea interesului fetelor pentru STEM2D și încurajarea acestora pentru a urma cariere în aceste domenii, general acceptate ca fiind preferate de băieți.

Johnson & Johnson își propune să cultive interesul femeilor în domeniile STEM2D și să le ajute să continue să crească și să se dezvolte în aceste domenii, pregătindu-le pentru a a-și construi cariere în domeniile STEM2D. Cu această bază avută, femeile vor avea premise pentru a avea contribuție semnificativă în comunitățile lor, în mediul de afaceri, precum și în societate, așa cum va arăta ea în viitor.

Proiectul se derulează în parteneriat cu Junior Achievement România și a fost în anul 3 de implementare în anul școlar 2020-2021.

Activitățile din cadrul proiectului Wi STEM2D România se adresează elevilor de gimnaziu și liceu, derulându-se la clase sub coordonarea cadrelor didactice și a consultanților voluntari Johnson & Johnson.

#### • **Activitățile Proiectului**

Prin intermediul activităților de tip learning by doing, elevii au exersat și dezvoltat abilități precum:

- lucrul în echipă;
- rezolvarea problemelor;
- gândirea creativă;
- gândirea logică;
- capacitatea de analiză și sinteză;
- aptitudini de negociere și organizare.

Lucrul alături de consultanții voluntari din mediul de business oferă elevilor posibilitatea de a explora diferite oportunități de carieră, astfel încât să le fie mai ușor să se orienteze către viitoarele meserii și locuri de muncă.

umane.

4. Care e codul? - elevii folosesc materialele pe care le au la dispoziție pentru a crea și executa coduri care controlează deplasarea roboților.
5. Căpșuni presate - elevii experimentează modul în care se extrage ADN-ul din căpșuni și află rolul genelor și al ADN-ului în dezvoltare.
6. Cercetarea și dezvoltarea - elevii își asumă rolul unor cercetători în domeniul biomedical și realizează experimente de laborator pentru a stabili eficacitatea unor formule farmaceutice.
7. Creează, testează, produ - elevii descoperă importanța activităților practice în alegerea viitoarelor cariere și află despre oportunitățile pe care le au persoanele cu abilități STEM în activitățile de producție.
8. Curbarea luminii 101 - elevii studiază parcursul luminii prin diferite medii optice.
9. Fizica plutirii - elevii descoperă principiile fizice ce determină anumite obiecte să plutească sau să se scufunde.
10. Inovația în sprijinul pacienților - elevii învață despre descoperirea și crearea unor medicamente inovatoare, care pot îmbunătăți sau salva viețile oamenilor.
11. Prevenirea și combaterea poluării - elevii descoperă cum afectează poluarea mediul înconjurător și propun soluții pentru prevenirea și combaterea acesteia.
12. Transformă, creează, găsește soluții, proiectează! - elevii descoperă că noile tehnologii și inovațiile apar atunci când inginerii aplică principii științifice și matematice pentru a proiecta și dezvolta produse ce pot îmbunătăți viața oamenilor.

#### • **Rezultate / Impact**

Anul acesta peste 5.500 de elevi din aproape 100 de localități rurale și urbane au participat la activitățile educaționale STEM. Campania a pornit de la un număr mic de participanți și școli din diferite localități și a ajuns în aproape toate orașele din țară, acesta fiind și unul din obiectivele proiectului.





**Henkel România - divizia Beauty Care**, prin mărcile Nature Box, Fa, Schauma și Vademecum a dezvoltat campania "Grija este în Natura noastră". Campania are ca obiectiv sponsorizarea unui proiect de sustenabilitate desfășurat de unul din ONG-urile colaboratoare cu suma de 9.000 euro, dar și creșterea notorietății tuturor celor 5 cauze propuse de ONG-urile participante în acest proiect.

Campania se desfășoară până pe 27 februarie 2022, în toate magazinele (locațiile fizice) de pe întreg teritoriul României: Carrefour, Cora, Kaufland, Auchan, Re-markt, Carrefour supermarket, Profi, Penny, Mega-Image, Metro, Selgros, DM și în magazinele online enumerate în paranteză (Emag.ro, Elefant.ro, Altex online, Mega-Image online, Cora Auchan online, Bringo).

Prin achiziția oricărui produs al mărcilor participante (excepție fac săpunurile solide Fa) și înscrierea bonului fiscal pe site-ul [www.dingrijapentrunatura.ro](http://www.dingrijapentrunatura.ro), fiecare consumator poate vota unul din proiectele de sustenabilitate selectate și Henkel ajută la transformarea lui în realitate!

În plus, fiecare persoană care votează are șansa să câștige unul dintre cele 123 de coșuri cu produse Henkel. Coșul cu produse Henkel este conceput din carton reciclat și conține produse sustenabile din portofoliul Diviziei Beauty Care Henkel România.

### Activitățile Proiectului / Campaniei

Campania se desfășoară în colaborare cu 5 ONG-uri:

- ✓ **Asociația Montana Carpați** - Activitățile lor se concentrează pe îmbunătățirea infrastructurii turistice montane prin (re)marcarea traseelor montane pierdute sau distruse.
- ✓ **Patrula de reciclare** - Face educație ecologică, îi descoperă pe cei care vor să schimbe lucrurile în bine, îi promovează pe cei care știu să o facă.
- ✓ **Inițiativă pentru eco-sustenabilitate** - Este un ONG urban, prietenos și deschis către inovație, cu misiunea principală de a promova un stil de viață eco-sustenabil care să susțină reducerea poluării în oraș.
- ✓ **Plantăm fapte bune** - Au lansat diverse mici proiecte de acțiuni de depozitare a gunoierului. În prezent, ei creează viitoarele păduri ale României cu ajutorul voluntarilor.
- ✓ **Let's do it Romania** - Viziunea lor este o țară cu 0 deșeuri, iar valorile lor ca organizație sunt împărțite în următorii piloni: Fericire, Curaj nebun, Spirit de Doer, Sustenabilitate și Echipa.

### Numărul de beneficiari (directi și indirecti)

19,3 milioane de locuitori (respectiv, întreaga populație a României).

### Rezultate / Impact:

Proiectul de sustenabilitate care va acumula cele mai multe voturi va primi un premiu în bani, în valoare de 9.000 de euro, sub forma unei sponsorizări.

## Fundația FAN Courier

Lumină pentru România



Un partener de nădejde în dorința de a face bine este Asociația Free Miorița, alături de care am reușit să aducem până în prezent, puțină bucurie în sufletele a nu mai puțin de 400 de persoane, prin iluminatul a peste 100 de gospodării din cele mai îndepărtate și ascunse sate ale țării, prin programul "Lumina pentru România".

Free Miorița a apărut din dorința de a face și mai mult bine și de a pune amprenta într-un mod pozitiv în comunitățile defavorizate.

Free Miorița achiziționează, transportă și montează sistemele fotovoltaice pentru gospodăriile din România care nu sunt racordate la rețeaua națională de electricitate, în cadrul campaniei Lumină pentru România, dar și pentru racordarea la rețeaua națională de electricitate. Sistemele fotovoltaice asigură necesarul de energie pentru iluminatul casnic și consumatorii de putere mică: televizor LED, telefon, radio.

### Activitățile Proiectului

Iluminat gospodării / Lumină pentru România

### Numărul de beneficiari

400 de persoane care locuiesc în zone greu accesibile

### Rezultate / Impact

Racordarea la rețeaua națională de electricitate. Asigurarea necesarului de energie pentru iluminatul casnic și consumatorii de putere mică: televizor LED, telefon, radio, datorită sistemelor fotovoltaice.



**VeggiePorția** este o metodă nutrițională care presupune consumul mai multor alimente de origine vegetală. VeggiePorția este un instrument adresat tuturor celor care doresc să consume mai multe mese pe bază de vegetale, pentru a avea o alimentație mai sănătoasă și mai sustenabilă. VeggiePorția face parte din efortul și misiunea Nestlé de a contribui la îmbunătățirea calității vieții, oferind opțiuni sănătoase și gustoase celor care vor să aibă un stil de viață echilibrat. Nutriția este unul dintre factorii care contribuie semnificativ la calitatea vieții. Cu toate acestea, se acceptă cu greu recomandările nutriționale stricte, dificil de pus în practică și ne dorim să găsim o variantă flexibilă care să se potrivească cu stilul nostru de viață. Din motive de sănătate sau de sustenabilitate, din ce în ce mai mulți oameni își doresc să consume mai multe alimente care provin din plante, cu alte cuvinte, să devină flexitarieni. Nu știu însă cum să facă acest lucru în mod echilibrat, fără a compromite gustul sau nevoile nutriționale. Fie că ești omnivor, vegetarian, vegan sau flexitarian, VeggiePorția te ajută să pregătești mese echilibrate exclusiv din vegetale, care îți asigură toți macronutrienții de care ai nevoie (proteine, carbohidrați, grăsimi), precum și o bună parte din micronutrienții (vitamine și minerale).

#### • Activitățile Proiectului

☑ Lansare VeggiePorția printr-un comunicat de presa pe 16 iunie 2021. VeggiePorția poate fi descărcată de pe siteul [www.nestle.ro/veggieportia](http://www.nestle.ro/veggieportia) și reprezintă un ghid de cantitate, inspirație și diversitate. Nestlé a creat această metodă nutrițională sub forma unei farfurii pentru a-i ajuta pe cei care doresc să includă mai multe vegetale în alimentația lor și, în special, să crească aportul de proteine vegetale. Farfuria arată proporțiile optime și combinațiile potrivite între diferite grupe de alimente pe bază de plante, astfel încât mesele vegetale să fie bine echilibrate și să furnizeze proteinele necesare. Farfuria este împărțită în

trei segmente: 50% legume, 25% proteine vegetale din leguminoase, nuci și semințe, 25% produse din cereale integrale și cartofi. Ghidul VeggiePorția amintește tuturor cât de important e să completezi alimentația cu o hidratare adecvată, grăsimi vegetale sănătoase și fructe.

☑ Eveniment concurs **VeggieChef** și degustare de produse pe baza de plante - Cu această ocazie, a fost desemnat primul Chef care gătește după VeggiePorția. În căutarea primului VeggieChef, pe 15 iulie, la competiție au participat trei bucătari cunoscuți - Chef Cristian Șerb, Chef Bogdan Vandici și Chef Cristian Voicu - care au gătit doar cu ingrediente pe bază de plante și produse Garden Gourmet de la Nestlé, prezentate în avanpremieră. Ei au fost atent observați și notați de către un juriu format din persoane de referință pentru zona gastronomiei:

Chef Ștefan Popescu, Dr. Laura Davidescu, nutriționist, și Ștefan Oprea, Președinte Institut Culinaire Disciples Escoffier România.

☑ Provocarea #3din7 online pe social media - Chef Ștefan Popescu a pregătit 12 rețete pe care le-am postat pe social media și participanții la concurs au putut să comenteze și să scrie ce rețete pe bază de plante preferă.

☑ Filmul de prezentare a evenimentului VeggieChef și campanie de amplificare pe social media

☑ Interviuri cu experți în perioada iulie-august.

☑ Webinar intern despre produsele pe baza de plante.

☑ Participarea la conferințe medicale.

#### • Rezultate

**Media:** 32 materiale de presă, 1.2 milioane reach pe săptămână.

**Landing page** - [www.nestle.ro/veggieportia](http://www.nestle.ro/veggieportia): 922 pageviews, 727 unique pageviews.

**Provocare online #3din7** - 1 lună - 12 rețete.

**Interviuri 4 experți:** 750.000 reach săptămânal.

VeggiePorția se adresează celor care au hotărât să guste viața în porții sănătoase, pentru vegetarieni și vegani, dar și pentru cei îndrăgostiți de planetă, care știu că ceea ce decidem să punem în farfurie are impact direct asupra mediului.







Kaufland România, împreună cu Asociația Șansa ta, a lansat în februarie 2021 prima **Cantină socială** dedicată sprijinirii persoanelor defavorizate, prin intermediul căreia oferă mese comunitare persoanelor fără adăpost și familiilor cu venituri mici. Proiectul este o premieră în România, un model de parteneriat privat cu societatea civilă, ce vine în sprijinul persoanelor defavorizate și contribuie la diminuarea risipei alimentare.

#### • **Activitățile Proiectului**

Cantina socială se află în București și oferă mese comunitare în fiecare zi, de luni până vineri. Astfel, Kaufland asigură toate produsele necesare pentru prepararea meselor comunitare, iar parte din alimente provin din stocurile aflate în vânzare accelerată. Meniul este stabilit zilnic și adaptat pentru folosirea optimă a tuturor alimentelor disponibile. În primele luni ale anului, cantina a funcționat în regim take-away (luat la pachet), în linie cu restricțiile impuse de autorități. În prezent, cantina este deschisă și

pentru a servi masa în interior, având o capacitate de 70 de locuri.

#### • **Numărul de beneficiari**

Aproximativ 1.000 de beneficiari pe zi.

#### • **Rezultate / Impact**

În 11 luni de funcționare, au fost pregătite peste 160.000 de meniuri ce au fost distribuite de reprezentanții Asociației Șansa Ta către persoane fără adăpost, familii cu venituri mici și ONG-uri partenere, care au oferit mai departe porțiile către beneficiarii lor. Peste 66 de tone de alimente au fost salvate pentru pregătirea porțiilor.

## **EON România**

### **Ai grijă la cea mai mare grijă - Siguranța copilului tău**

Sute de copii au fost victime ale unor incendii sau a altor accidente, în ultimii ani, după ce au fost lăsați singuri, nesupravegheați, în case. Această statistică realizată de IGSU are în spate cauze multiple: necunoașterea regulilor de siguranță, neglijența și o lipsă de informare privind utilizarea surselor de energie.

Tocmai de aceea campania lansată în parteneriat cu IGSU - **"Ai grijă la cea mai mare grijă: Siguranța copiilor tăi!"** - își propune conștientizarea adulților asupra importanței supravegherii copiilor și a respectării regulilor de siguranță în locuințe.

Publicul cărui se adresează campania este divers, motiv pentru care mesajele de siguranță sunt transmise prin diferite mijloace și canale de comunicare, cu ajutorul unor persoane publice.

#### • **Activitățile Campaniei**

- ☑ Realizare și distribuire spoturi TV cu implicarea unor "influenceri" care se bucură de credibilitate și respect în comunități: pompierul, profesorul, preotul sau doctorul.
- ☑ Realizare și distribuire materiale informative: afise, flyere.
- ☑ Comunicare constantă a mesajelor de siguranță prin intermediul canalelor social media România Sigura
- ☑ Realizarea și distribuirea de spoturi radio, privind siguranța copiilor și tinerilor în perioada estivală
- ☑ Realizarea și distribuirea de mesaje prin intermediul unor influenceri pe TIK TOK, sub umbrela #SafeSummerSports
- ☑ Realizarea și distribuirea de lecții interactive privind siguranța copiilor cu ajutorul lui Taticool



- ☑ Realizarea și distribuirea unei serii de podcasturi #SigurdeAscultat, unde se abordează teme diferite legate de siguranța copiilor de la naștere și până în adolescență atât acasă, cât și în spațiul public.

#### • **Numărul de beneficiari.**

Campania a ajuns la peste 5 milioane de persoane.

#### • **Rezultate / Impact**

- ☑ Circa 2.000.000 materiale informative imprimate și distribuite
- ☑ 6 spoturi TV realizate și distribuite în perioada martie-mai și octombrie-decembrie pe cele mai importante canale TV naționale. Fiecare personaj trage un semnal de alarmă în rândul celor care sunt responsabili de siguranța copiilor, fie ei bunici, părinți sau aparținători.
- ☑ 3 spoturi radio realizate și distribuite în luna august pe cele mai importante canale radio cu acoperire națională
- ☑ 2.1 milioane audiență presă scrisă
- ☑ 2.5 milioane reach total postări canale social media.

Supravegherea micuților, pregătirea corespunzătoare a instalațiilor de încălzire, curățarea coșurilor de fum, obligatoriu înainte de venirea sezonului rece (numai cu personal autorizat), verificarea instalațiilor, repararea defecțiunilor de către specialiști sunt câteva dintre regulile principale care trebuie respectate, astfel încât copiii și ceilalți membri ai familiei să fie în siguranță.

Potrivit unui sondaj realizat de IRES pentru IGSU, unul din patru români recunoaște că își lasă copiii mai mici de 10 ani nesupravegheați în locuință. De asemenea, 64% dintre cei chestionați consideră că supravegherea permanentă a copiilor este cel mai important lucru pentru asigurarea securității micuților în casă.

În cei nouă ani de parteneriat, IGSU, E.ON și Delgaz Grid au derulat mai multe campanii de siguranță ale căror mesaje au ajuns la milioane de români.



Ariston România a încheiat, în 2021, cea de a patra ediție a campaniei umanitare **Ariston Comfort Challenge** prin care se dorește creșterea nivelului de trai prin acoperirea unei nevoi sociale: lipsa accesului oamenilor la apă caldă, implicit la un confort minim și la standarde de igienă corecte. Obiectivul pe termen lung este de a duce confortul chiar și acolo pare imposibil de obținut. În cadrul inițiativei au fost continuate cele două parteneriate principale: cu Asociația Națională a Salvatorilor Montani din România (Salvamont) pentru îmbunătățirea condițiilor din centrele de salvare și alături de Crucea Roșie, prin care s-a continuat campania de donații care facilitează accesul la apă prin donații de boilere electrice performante în zeci de județe către instituții de învățământ, spitale, cămine de bătrâni. Inițiativa Ariston are loc în contextul în care peste un sfert din populație locuiește într-o gospodărie care nu dispune de baie, duș sau toaletă cu apă curentă, potrivit sondajului efectuat de Institutul Național de Statistică.

În România sunt în prezent 17.656 de unități de învățământ, și potrivit datelor Ministerului Educației din 2020, mai puțin de 28% din clădirile școlilor din România au fost renovate, clădirile nerenovate nefiind eficiente din punct de vedere energetic, nu au instalații de climatizare, iar instalațiile sanitare și termice nu sunt adecvate. 33% dintre școli nu au autorizația sanitară, 22% nu au surse de apă adecvate și 35% nu au toalete interioare. Numărul de toalete exterioare este de zece ori mai mare decât media Uniunii Europene.

Parteneriatul cu Salvamont are ca obiectiv principal îmbunătățirea condițiilor de lucru din bazele, posturile de intervenție și cabinetele medicale Salvamont de care beneficiază cei peste 1.100 de salvatori profesioniști și voluntari, care asigură patrularea preventivă și participă anual la misiuni de salvare în peste 100 de zone montane. Salvatorii montani sunt obișnuiți să activeze în condiții foarte grele, se confruntă constant în sezonul rece cu vânt de peste 100 km/h, ceață, ploi torențiale, zăpadă, gheață și viscol și este important să beneficieze de o infrastructură bună la nivelul centrelor de salvare care să le ușureze munca.

#### • **Activitățile Proiectului**

În cadrul colaborării cu Salvamont în 2021, Ariston a dotat 21 de centre și baze de salvare cu centrale termice în condensare și

boilere electrice de ultimă generație. Peste 1.100 de profesioniști și voluntari care asigură patrularea preventivă și participă anual la misiuni de salvare în cele 24 de județe cu zonă montană beneficiază astfel de încălzire și apă caldă menajeră în bazele Salvamont.

În cadrul parteneriatului încheiat cu Crucea Roșie Română, Ariston România Ariston a donat 658 de boilere electrice de ultimă generație către 369 de instituții din întreaga țară, de care beneficiază peste 74.917 de copii și vârstnici, pentru care apa caldă a fost până nu demult un lux.

Boilerele donate de Ariston au fost distribuite în 26 județe, nivelul de necesitate fiind mai pronunțat în Călărași, Olt, Buzău, Alba și Timiș. De exemplu, în Călărași au fost identificate peste 43 de grădinițe și

școli fără acces la apă. În Olt, 55 de școli și grădinițe din mediul rural nu aveau acces la apă caldă, iar prin montarea a 55 de boilere electrice, peste 6.500 de persoane se bucură acum de condiții mai bune.

#### • **Implicare personalități:**

Pentru a atrage atenția asupra faptului că pentru milioane de români accesul la apă caldă reprezintă un lux, Elisabeta Lipă, cvintuplă campioană olimpică la canotaj și președinte al Federației Române de Canotaj și sportivul de duranță Andrei Roșu s-au alăturat campaniei și în acest an.

Aceștia și-au asumat experimentarea unei situații inconfortabile, pentru a demonstra faptul că ceea ce pentru unii este doar o provocare, pentru prea mulți români este o rutină zilnică.

#### • **Numărul de beneficiari**

21 de baze Salvamont au fost reabilitate, iar peste 1.100 de salvatori montani și voluntari alături de zeci mii de turiști beneficiază acum de acces la apă caldă menajeră. De asemenea, Ariston România a donat 658 de boilere electrice de ultimă generație către 369 de instituții din întreaga țară, de care beneficiază peste 74.917 de copii și vârstnici.

#### • **Rezultate / Impact**

##### **Salvamont**

- 21 de baze Salvamont
- 31 de centrale termice în condensare și boilere electrice de ultimă generație
- 1.100 de salvatori montani și voluntari alături de zeci mii de turiști beneficiază acum de acces la apă caldă menajeră.

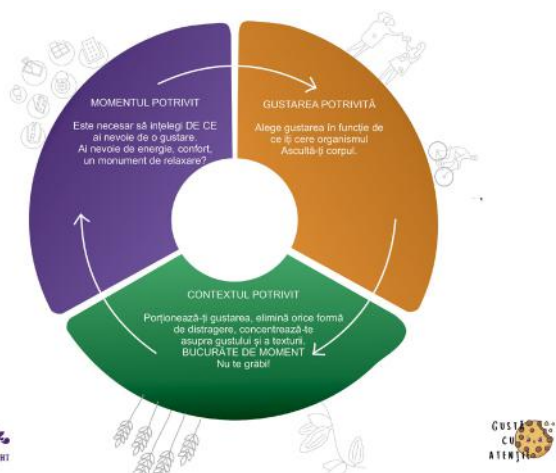
##### **Crucea Roșie**

- 369 de instituții din întreaga țară
- 658 de boilere electrice de ultimă generație donate
- Distribuite în 26 de județe din România
- Peste 74.917 de copii și vârstnici beneficiază acum de acces la apă caldă menajeră



## Mondelez România

Gustă cu atenție. Bucură-te de moment.



Programul „Gustă cu atenție. Bucură-te de moment” are ca obiectiv principal creșterea nivelului de educare a tinerilor cu privire la importanța obiceiurilor alimentare pentru sănătate (ce și cum mâncăm), pornind de la obiceiul de a lua gustări conștient (mindfulness - cu intenție și atenție).

### • Activitățile Proiectului

Proiectul a fost implementat de către Asociația Sută la Sută Românesc, în parteneriat cu ANPC și cu sprijinul Mondelez România. În cadrul programului, elevii alături de diriginții și directorii celor 5 licee au participat la o serie de workshop-uri și întâlniri online susținute de dr. Laura Davidescu, de Florentina Baloș și de actorul Cosmin Natantico, care le-au explicat elevilor importanța gustărilor, și de psihologul Iulia Avădăni care a vorbit despre emoțiile care stau la bază atunci când alegem gustările. La finalul întâlnirilor online, a

fost lansat concursul de moodboards cu tema proiectului, iar cei mai talentați 50 de elevi au fost premiați în cadrul unor ceremonii. Dintre aceștia, 10 elevi au învățat de la Mădălina Preda, consultant în organizare și planificare, cum să își țină un jurnal personal, prin tehnica „bullet journaling”, care îi va ajuta în dezvoltarea lor personală și au beneficiat de sesiuni de mentorship din partea angajaților companiei Mondelez România.

### • Numărul de beneficiari

560 elevi din 5 licee, 21 cadre didactice

### • Rezultate / Impact

În urma implementării acestui proiect am primit 100% feedback pozitiv de la participanți - elevi, cadre didactice și reprezentanți ai ANPC, împreună cu mesaje din partea tinerilor care ne-au spus că și-au schimbat stilul alimentar și că practică bullet journaling atât pentru obiceiuri alimentare, cât și pentru activitățile de zi cu zi. Ca partener, ANPC s-a implicat prin participare activă la seminariile ținute de specialiști, susținând propriul workshop despre importanța citirii etichetei. Am creat un program, care deși nu a fost extins ca întindere, a fost vizibil și de impact. Am avut peste 50 de apariții media atât în presă, cât și în social media, împreună cu apariții la TV, precum la emisiunea "Neatza cu Răzvan și Dani" sau la buletinele de știri de la Digi24 sau România TV. Am gândit acest program pentru a crea cadrul de a introduce mâncatul conștient ca materie opțională în școli. Nu am inclus niciun mesaj corporativ, nu am discutat specific despre categoriile companiei și nu am promovat branduri.

## Herbalife Nutrition România

Schimbă o viață chiar azi

Herbalife Nutrition România și Herbalife Nutrition Foundation (HNF) sprijină construirea bucătăriei și a sălii de mese a Noului Centru de Sprijin Educativ și Social din București al Asociației Ana și Copiii. Iar prin activitățile și atelierile organizate constant, vrea să ajute la schimbarea obiceiurilor de stil de viață ale copiilor.

### • Activitățile Proiectului

Pe lângă donațiile în bani făcute de către Herbalife Nutrition, pe parcursul anului 2021, s-au achiziționat și obiecte realizate de copiii din centrele Asociației Ana și Copiii, contravaloarea obiectelor fiind folosită ca donație pentru construirea noului Centru de Sprijin Educativ și Social din București.

Pentru a încuraja importanța unui stil de viață echilibrat, în luna mai am organizat un atelier de gătit. Copiii au învățat de la un blogger de cooking despre importanța unei alimentații echilibrate și au pregătit împreună două rețete rapide și delicioase.



Sustenabilitatea este una dintre direcțiile companiei, iar despre acest lucru este bine să se învețe la orice vârstă. Împreună cu voluntari Herbalife Nutrition, cei mici au aflat în cadrul unui workshop în noiembrie despre importanța reciclării corecte a hârtiei și a plasticului. La final, cu ajutorul unui meșter popular, au dat o viață nouă cutiilor de shake-uri din plastic, transformându-le în decorațiuni de sărbătoare. Participanții au primit câte un coș cu fructe și legume ca parte a campaniei "Cămara copiilor".

### • Numărul de beneficiari

242 de copii

### • Rezultate / Impact

- 2.480 porții de mâncare acoperite pentru cei 242 de copii care primesc deja servicii zilnice în Centrele actuale „Ana și Copiii”;
- 200 mp de bucătărie și sala de mese construite – capacitate pentru servirea mesei zilnice pentru 200 de copii vulnerabili;
- 2 ateliere.

**Digitaliada** este un program de educație digitală care încurajează, încă din 2016, folosirea la clasă a metodelor de lucru interactive și a conținutului digital educativ, pentru a crește performanțele școlare ale elevilor.

Programul susține profesorii și elevii cu resurse și instrumente digitale gratuite, astfel încât toți copiii din România să aibă acces egal la educație de calitate, indiferent dacă trăiesc la sat sau la oraș.

Programul Digitaliada este derulat și implementat cu avizul Ministerului Educației.

### • Activitățile Proiectului

Programul Digitaliada se desfășoară pe două direcții principale:

☑ La nivel rural, prin dotarea a 50 de școli cu Laboratoare Digitale și sprijinirea profesorilor, prin ateliere de formare și resurse, să adopte metode digitale în predare

☑ La nivel național, prin hub-ul de resurse educaționale gratuite [www.digitaliada.ro](http://www.digitaliada.ro), Platforma Digitaliada de învățare și testare online, concursul anual de materiale digitale și cursurile de formare acreditate pentru cadrele didactice

În 2021, în contextul pandemiei, acțiunile Digitaliada s-au concentrat asupra dezvoltării și îmbunătățirii instrumentelor și resurselor pentru învățarea online, puse gratuit la dispoziția tuturor profesorilor și elevilor din România.

Astfel, echipa de proiect, împreună cu profesorii din cele 50 de școli Digitaliada, au pus în practică:

☑ realizarea unui nou set de ghiduri de predare cu ajutorul metodelor digitale, pentru clasele V-VIII, aplicate pe materia semestrului I la Matematică, TIC și Limba română

☑ dezvoltarea continuă a Platformei Digitaliada, sistemul de management școlar gratuit folosit în prezent de peste 800 de școli din țară, cu noi funcționalități utile pentru profesori și directori: adăugarea de lecții noi la Matematică, TIC și Limba română, posibilitatea profesorilor de a crea un portofoliu personal de lecții la orice disciplină, integrarea unor aplicații precum GeoGebra sau TaskBoard

☑ organizarea conferinței naționale „Educația în era digitală”, care a avut loc online pe 28-29 ianuarie și a reunit peste 1.000 de cadre didactice, reprezentanți ai autorităților, experți în educație și invitați internaționali pentru a discuta despre soluții și bune practici în educația digitală

☑ derularea a 23 de sesiuni ale programului acreditat de formare continuă a cadrelor didactice „Dezvoltarea și evaluarea competențelor elevilor prin utilizarea instrumentelor digitale”, prin care au fost formați peste 350 de profesori și învățători din țară

Totodată, cele 50 de școli Digitaliada au continuat să beneficieze de sprijin prin completarea echipamentelor din Laboratoarele Digitale cu tablete grafice și participarea profesorilor la seminarele anuale dedicate, organizate online sau fizic, pentru a învăța și discuta noi moduri de utilizare a resurselor digitale și bune practici în predarea online pe durata pandemiei.

### • Numărul de beneficiari

În 2021, Digitaliada a ajuns la peste 250.000 de persoane, direct sau indirect:



☑ peste 6.000 de elevi din clasele gimnaziale ale celor 50 de școli Digitaliada au învățat în Laboratoarele Digitale sau au putut folosi tabletele din program pentru orele online, atunci când au avut nevoie. De asemenea, proiectul a atins viețile a peste 25.000 de alte persoane din comunitățile rurale în care se desfășoară: elevii din învățământul primar care au beneficiat, la rândul lor, de echipamentele și resursele din program, dar și familiile tuturor acestor elevi

☑ 1.500 de cadre didactice au participat la seminarele dedicate profesorilor din program, la conferința națională sau la programul de formare acreditat

☑ 38.000 de profesori, directori, elevi și părinți folosesc în prezent Platforma Digitaliada pentru învățarea și testarea online

☑ peste 205.000 utilizatori au accesat hub-ul de resurse educaționale [www.digitaliada.ro](http://www.digitaliada.ro)

### • Rezultate / Impact

Impactul Digitaliada, mai ales pe durata pandemiei, a fost vizibil atât prin rezultatele cantitative, cât și prin feedbackul primit din partea beneficiarilor:

☑ Platforma Digitaliada a adunat, în biblioteca de resurse, peste 9.300 de teste la diferite discipline, create de profesorii utilizatori, și peste 300 de lecții în format digital

☑ Elevii, profesorii și părinții au petrecut peste 37.000 de ore de activitate pe platformă, pe durata acestui an

☑ 95% dintre profesorii din program au declarat că vor continua să utilizeze platforma Digitaliada chiar și după reluarea cursurilor școlare în formatul fizic obișnuit

☑ 20 de ghiduri de predare prin metode digitale și alte 2.000 de resurse educaționale deschise sunt disponibile pe [www.digitaliada.ro](http://www.digitaliada.ro)

☑ 200 de materiale au fost înscrise în ediția a 5-a a concursului anual #Digitaliada dedicat creatorilor de resurse educaționale digitale

☑ 9 din 10 elevi din școlile Digitaliada au identificat beneficii ale aplicațiilor folosite la ore și apreciază utilizarea acestora pentru toate materiile, indiferent dacă acestea sunt reale, umane sau artistice

☑ 87% dintre profesorii de matematică/TIC Digitaliada au integrat aplicații digitale în predarea online, față de numai 46% dintre profesorii de matematică/TIC din alte școli rurale

☑ Încă din 2020, de la începutul pandemiei, clienții Orange beneficiază de trafic gratuit la accesarea platformei și a resurselor de pe [www.digitaliada.ro](http://www.digitaliada.ro)

Oricine poate să intre în comunitatea Digitaliada, să descopere și să folosească resursele, la școală sau acasă. Digitaliada încurajează în continuare cât mai mulți oameni să contribuie la crearea de resurse educaționale deschise și să ducă vestea mai departe pentru că, atunci când educația este deschisă și disponibilă tuturor, putem schimba viitorul multor copii și, astfel, întreaga societate are de câștigat.

Pentru a susține comportamentul responsabil față de mediu, Kaufland România a creat prima rețea națională de automate de colectare selectivă a ambalajelor, care este de acum disponibilă în toate orașele din țară în care compania este prezentă. Obiectivul Kaufland este de a fi cea mai accesibilă și comodă destinație pentru reciclare, dar și de a arăta oamenilor că la Kaufland, fiecare gest sustenabil vine cu o recompensă.

#### • Activitățile Proiectului

Clienții care folosesc automatele și reciclează sunt recompensați pe loc cu discount-uri la cumpărături. Mecanismul se desfășoară simplu: clientul care aduce 5 recipiente (PET-uri cu volum de până la 3 litri, sticle sau doze de aluminiu cu volum de până la 1 litru) la automatele din parcurile magazinelor Kaufland din întreaga țară primește un voucher cu 10% extra reducere față de prețul promo comunicat în ofertă, pentru un articol din revista.

#### • Numărul de beneficiari

Peste 1.000.000 de clienți



#### • Buget (EUR):

6.2 milioane euro (Investițiile în automatele de reciclare pentru clienți)

#### • Rezultate / Impact

Din luna ianuarie 2021 și până în prezent peste 1 milion de clienți au folosit automatele puse la dispoziție de Kaufland România, recicland peste 5.700.000 de ambalaje.

Pentru ca ne dorim un viitor sigur și curat atât pentru clienții noștri, cât și pentru angajați, propunem în permanență proiecte din zona sustenabilității, care să ducă la protejarea mediului înconjurător și a resurselor naturale. În cadrul campaniei **Luna Sustenabilității** din acest an, am lansat și implementat în luna septembrie o serie de activități cu următoarele obiective:

- Conștientizarea clienților și angajaților cu privire la acțiunile concrete pe care fiecare le poate face pentru a avea un stil de viață sustenabil
- Protejarea mediului și reducerea amprentei de CO<sub>2</sub> prin încurajarea unui consum eficient de resurse și energie și încurajarea acțiunilor de plantare

#### Activitățile Proiectului

- Energie în Școlile Copilăriei - modernizarea infrastructurii școlare prin schimbarea sistemului de iluminat cu unul nou cu tuburi LED, mult mai eficiente energetic și mai prietenoase cu mediul. În urma investiției noastre se reduce considerabil consumul de energie utilizat pentru iluminat, iluminatul este unul uniform foarte aproape de cel natural, iar durabilitatea în timp a acestor corpuri de iluminat este mult mai mare decât cele obișnuite.
- Încurajarea transportului sustenabil prin recompensarea fiecărui



10 kWh încărcat la stațiile de încărcare E.ON Drive cu câte un copac plantat în noua pădure înființată pe un teren degradat de lângă Sighișoara.

- Înființarea unei stații automatizate l'Velo Urban pentru biciclete electrice - în parteneriat cu Green Revolution. Stația a fost montată în București și permite încărcarea bicicletelor electrice.
- Campanie internă și externă de încurajare a unui stil de viață sustenabil.

#### Numărul de beneficiari

Circa 30.000 de beneficiari direcți.

#### Rezultate / Impact

- 9 unități de învățământ incluse în acest an; 5500 tuburi LED montate - ce duc la reducerea cu amprentei de CO<sub>2</sub> cu circa 90 de tone.
- Încurajarea eficienței energetice și a alegerilor sustenabile.
- Angajați și clienți familiarizați cu principiile sustenabilității și încurajați să facă alegeri sustenabile.
- 26.000 de puietăți de gorun, paltin și pin negru plantați pe o suprafață de circa 5 hectare. Odată ajunși la maturitate, aceștia vor absorbi circa 90 tone de CO<sub>2</sub> și vor elibera aproximativ 70 tone de oxigen.



**Tabăra JYSK** este un proiect realizat de Asociația Casa Bună și sponsorizat de JYSK România. Obiectivul proiectului este de a-i ajuta pe copiii din familii vulnerabile, proveniți din cartierul Ferentari și comuna Jilava, să învețe deprinderi sănătoase în ceea ce privește alimentația și igiena și să participe la meditații alături de voluntarii de la Casa Bună.

Scopul proiectului a fost ca participanții la tabere să învețe deprinderi sănătoase, pe care să le aplice apoi și după ce se întorc acasă. Fiecare copil a petrecut o săptămână la Casa Bună, alături de voluntari, meditari și alți copii, iar în acest timp a avut un program structurat și a participat la meditații împreună cu voluntarii asociației.

### • Activitățile Proiectului

Programul zilnic a fost gândit astfel încât copiii să se familiarizeze cu cât mai multe rutine sănătoase. Fiecare copil a petrecut o săptămână la Casa Bună.

Diminețile erau despre trezit la timp, spălat fața și pe dinți, îmbrăcat în haine curate, lăsat în coș hainele murdare și făcut patul.

Apoi înviorarea pe terenul de sport și micul dejun pregătit împreună. Când totul era gata, copiii alegeau o camera din casă și făceau lecții până spre ora prânzului.

În timpul zilei, copiii au făcut lecții, au participat la meditații, au gătit și au mâncat sănătos, s-au jucat și au practicat diverse sporturi - baschet, mers cu bicicleta, gimnastică, role etc.

Seara, copiii aveau o rutină înainte de culcare: cină, spălat pe dinți, apoi voluntarii le citeau povești copiilor, înainte ca aceștia să adoarmă.

În total au fost organizate nouă tabere, pe parcursul a șase luni, timp de 51 de zile.

Ultimele două serii ale Taberei JYSK au avut loc la munte, la Centrul de învățare și explorare a naturii Richita din Rucăr, Argeș. A fost prima



oară când copiii din Ferentari i-au întâlnit pe cei din Nucșoara și Lerești. 15 copii au făcut echipă bună împreună, s-au încurajat pe traseu, au împărtășit povești despre familiile și prietenii de acasă și la final au promis că rămân în contact.

Proiectul s-a desfășurat în perioada aprilie - septembrie 2021.

### • Numărul de beneficiari

83 de copii au participat la tabere

### • Rezultate / Impact

Proiectul a ajutat 83 de copii proveniți din cartierul Ferentari și comuna Jilava să învețe deprinderi sănătoase și să aibă un program structurat, care include și meditații la română și la matematică.

Cifre din cadrul proiectului Tabăra JYSK:

- Total ore de meditații: 1.332
- Total ore de citit: 109
- Ateliere (teatru, astronomie, muzică): 54
- Total ore de sport: 89
- Total porții de mâncare: 4.929
- Voluntari implicați în proiect: 112
- Meditari: 50
- Număr copii participanți la tabere: 83

Prin schimbarea mediului în care locuiesc, copii au fost ajutați să rămână concentrați pe procesul de învățare, formal pentru temele de la școală sau informal, prin joacă.

După finalizarea taberelor, fiecare copil s-a întors acasă, dar a continuat lucrul online sau fizic împreună cu voluntarul alături de care face meditații de mai bine de un an.

De asemenea, copiii participă în continuare la activitățile educaționale, vocaționale și de sănătate organizate de Casa Bună în afara taberelor.





Prin proiectul „Suștinerea învățământului Dual, domeniul Comerț”, PENNY își propune să continue eforturile de susținere a elevilor din mediile defavorizate în comunitățile în care compania este prezentă. Compania urmărește să faciliteze accesul la piața muncii pentru absolvenții de școală profesională care provin din familiile cu posibilități financiare reduse care, altfel, ar abandona școala și ar continua să lucreze în gospodărie sau agricultură, în schimbul unei recompense financiare inexistente sau insuficiente.

#### • Activitățile Proiectului

Din 2017, PENNY susține programul de formare profesională duală, „Școala de carte și Meserii” din domeniul comerțului, care îmbină în mod echilibrat teoria și practica. Realizat în parteneriat cu Camera de Comerț și Industrie Româno-Germană AHK, „Școala de Carte și Meserii” este un program de pregătire care are ca scop calificarea tinerilor în acest domeniu aflat în continuă dezvoltare.

Participanții la program urmează o serie de cursuri teoretice și practice, concepute și realizate la standardele educaționale germane, la finalul cărora obțin certificate de calificare pentru „Comerciant - vânzător”.

Demarate în 2017, programul se desfășoară pe perioada a trei ani, timp în care elevii urmează cursurile unei clase de școală profesională din cadrul unuia dintre liceele tehnologice cu care colaborăm.

Elevii își desfășoară activitatea școlară teoretică în cadrul liceului la care sunt înscriși, iar partea practică se desfășoară într-un magazin PENNY, pentru a aplica noțiunile teoretice dobândite. În primul an elevii au ocazia să urmeze un program de practică de cinci săptămâni la PENNY.

În al doilea an elevii sunt așteptați în practică aproximativ două zile pe săptămână și nouă săptămâni comasate, iar în cel de-al treilea an, elevii fac practică trei zile pe săptămână și zece săptămâni comasate.

#### • Numărul de beneficiari

În prezent, sunt înscriși în program peste 100 elevi și studenți în cadrul proiectului „Școala de Carte și Meserii”.

#### • Rezultate/Impact

Programul prezintă numeroase beneficii pentru tinerii care se înscriu:

- ☑ Trei ani de școală după model german, adică o îmbinare ideală de teorie și practică;
- ☑ Certificat de competențe recunoscut internațional pentru calificarea comerciant-vânzător;
- ☑ Bursă în valoare de 400 RON, dintre care 200 RON din partea statului și 200 RON din partea PENNY;
- ☑ Transportul decontat pe durata stagiilor de practică;
- ☑ Masă de prânz asigurată pe durata stagiilor de practică;
- ☑ Posibilitatea angajării în magazinele PENNY după absolvire;
- ☑ Practică într-o companie de renume internațional;
- ☑ Suștinere autentică din partea noastră ca tinerii să își continue studiile liceale.

Rezultatele investiției în educația tinerilor din mediul rural și implicit în învățământul românesc sunt o dovadă a atenției deosebite pe care PENNY o are pentru generațiile tinere.

În prezent, sunt înscriși în program 113 elevi, cel mai mare număr de până acum, iar șapte elevi au fost angajați, din cei 28 de absolvenți ai primei generații (în 2017 - 2019).



Acțiunile de împădurire la care a participat Daikin au vizat atât îmbunătățirea calității aerului și diminuarea poluării, cât și reducerea riscului de alunecări de teren și împiedicarea procesului de eroziune

#### • Activitățile Proiectului:

Compania a susținut pentru al patrulea an acțiunile desfășurate de Plantăm fapte bune în România, o inițiativă amplă de împădurire la

nivel național bazată pe voluntariat. În total, peste 20.000 de copaci au fost plantați prin inițiativa „Plantăm Aer” desfășurată de Daikin, compania contribuind și anul acesta la creșterea suprafețelor împădurite și asigurarea unui aer mai curat cu 1.000 de puiți forestieri, care au fost plantați în județul Suceava.

#### • Rezultate /Impact

Până acum, prin această campanie au fost plantați 20.000 de copaci, în parteneriat cu organizația Plantăm fapte bune în România.

Pe termen lung, strategia Daikin vizează continuarea și extinderea programelor și serviciilor care au ca efect reducerea impactului asupra mediului înconjurător, obiectivul companiei fiind ca până în 2050 să aibă o amprentă netă de carbon zero în întreaga activitate, inclusiv în ceea ce privește lanțul de producție, furnizare și ciclul de viață al produselor.



Extinderea suprafeței de teren împădurit în județul Alba, prin plantarea a 32.000 de puiți de rășinoase alături de **Plantăm fapte bune în România**. Comunitățile locale din această zonă în care au avut loc plantările - localitățile Roșia Montană, Sohodol și Bucium - sunt, în mare parte, dependente de lemn, din multe puncte de vedere. Nu întotdeauna resursele financiare sunt suficiente pentru a asigura regenerarea pădurilor prin plantarea de puiți.

Pentru al treilea an, JYSK și Plantăm fapte bune în România au organizat o acțiune de împădurire în județul Alba, alături de Ocolul Silvic Abrud, extinzând astfel suprafața de teren împădurit cu încă 8 hectare.

#### • **Activitățile Proiectului**

În luna octombrie 2021 au fost plantați, de-a lungul a două săptămâni, 32.000 de puiți de molid și larice pe 8 parcele din localitățile Roșia Montană, Bucium și Sohodol, județul Alba. Terenurile pe care au fost realizate împăduriri se află în zona de responsabilitate a Ocolului Silvic Aiud.

Din cauza pandemiei, nici în acest an nu au putut fi organizate tradiționalele evenimente de plantare cu voluntari. Așadar, 2021 a fost cel de-al doilea an de plantare în care munca de plantare s-a desfășurat exclusiv mecanizat și cu zilieri.

Alegerea speciilor s-a realizat în conformitate cu prevederile amenajamentelor silvice în vigoare. Avantajele folosirii speciilor mai sus menționate rezidă din faptul că acestea cresc în mod natural în zona noastră de responsabilitate, sunt bine adaptate condițiilor locale și contribuie la formarea de ecosisteme stabile.

Ocolul Silvic Aiud a furnizat de asemenea și puiții necesari, aceștia provenind din pepiniera Corna.

După acțiunea efectivă de împădurire, specialiștii Plantăm fapte bune în România și ai Ocolului Silvic Abrud vor realiza lucrări de îngrijire și de monitorizare a puiților, pentru a se asigura că aceștia evoluează corect, până în momentul în care pădurea va ajunge la stadiul de masiv.



#### • **Numărul de beneficiari**

3.8000 locuitori în cele trei localități în care au avut loc împăduriri

#### • **Rezultate / Impact**

În cadrul acțiunii de împădurire care a avut loc în luna octombrie 2021 au fost plantați 32.000 de puiți de molid și larice, pe 8 parcele de teren din localitățile Roșia Montană, Sohodol și Bucium, însumând 8 hectare de teren împădurite.

Acestea se adaugă acțiunilor de împădurire pe care JYSK și Plantăm fapte bune în România le-au desfășurat în zona Abrud - Roșia Montană în anii 2019 și 2020, când au împădurit în total 13 hectare, plantând un total de 52.000 de puiți.

Pădurile sunt foarte importante pentru comunitățile locale, furnizând lemn pentru construcții, lemn de foc pentru încălzirea locuințelor, școlilor și instituțiilor în sezonul rece timp de circa 5 - 6 luni pe an. De asemenea, pădurile asigură locuri de muncă în exploatarea forestieră, unități de prelucrare a lemnului sau surse de câștigare a traiului zilnic pentru cei ce practică meșteșugurile tradiționale, culesul fructelor de pădure și a ciupercilor comestibile, cu atât mai mult cu cât cealaltă activitate tradițională a moșilor - mineritul în galerii este în totalitate închis. Nu în ultimul rând, pădurile sunt foarte importante pentru efectele extrem de favorabile ale ecosistemelor forestiere asupra condițiilor de mediu.

## **Asociația Medicover** Resursele pentru Fapte Bune



Proiectul „Resursele pentru Fapte Bune” al Asociației Medicover a fost inițiat cu scopul de a ajunge acolo unde nevoia materială este una apăsătoare și de a acoperi măcar o mică parte din lipsurile existente în rândul copiilor sau vârstnicilor din medii defavorizate sau cu diferite probleme de sănătate.

Prin intermediul acestui proiect, angajații Medicover și Synevo care redirecționează până la 3,5% din impozitul pe salariu către Asociație pot susține ulterior cauza ce le este aproape de suflet.

Mai concret, pe lângă evenimentele de voluntariat ale Asociației, proiectul „Resursele pentru Fapte Bune” oferă posibilitatea directă angajaților Grupului Medicover să sprijine copiii și vârstnicii din medii defavorizate sau cu diferite dizabilități, prin susținerea mai multor comunități, acordând astfel mai multe oportunități celor care nu au avut șansa de a avea o viață fără griji.

#### • **Activitățile Proiectului**

Acțiunile ce fac parte din proiectul „Resursele pentru Fapte Bune” presupun nu doar acoperirea unei părți din necesarul existent (alimente perisabile și neperisabile, articole de îmbrăcăminte și încălțăminte, piese de mobilier, produse pentru igienizarea spațiilor de locuit/ învățat, articole sportive, materiale educative și care să fie folosite în timpul orelor de terapie) în comunitățile propuse de angajații Medicover și Synevo, ci și susținerea unor workshop-uri educative (igienă, alimentație, prim ajutor).

Proiectul „Resursele pentru Fapte Bune” a fost creat încă de la început cu scopul de a cuprinde o parte ce ține de acoperirea necesarului existent, cât și o componentă educativă.

Cea din urmă este cu atât mai importantă cu cât copiii descoperă pe măsură ce cresc universul din jurul lor, învață să devină independenți, să își poarte de grijă și să fie de ajutor și celor din jur dacă este cazul. În același timp, comunitățile de vârstnici susținute au nevoie de acțiunile de bine ale celor din jur.

#### • **Rezultate / Impact**

Peste 2.000 de beneficiari au fost sprijiniți pe durata anului 2021 prin proiectul „Resursele pentru Fapte Bune” în cele peste 50 de acțiuni ale noastre.



# DUP noi.ro

creat de



Coca-Cola HBC  
România

**Atunci când faci ceva pentru generațiile următoare,  
contribui la viitorul unei națiuni.  
Suntem ceea ce lăsăm după noi.  
[www.dupanoi.ro](http://www.dupanoi.ro)**





Obiectivul proiectului **Școala de Bani** este de a educa financiar românii de toate vârstele pentru a putea să-și gestioneze mai bine banii și pentru a reuși să schimbe cifrele ultimelor studii referitoare la educația financiară din Europa, unde România s-a clasat pe ultimul loc.

#### • **Activitățile Proiectului**

Școala de Bani este cel mai amplu program de educație financiară din România care se adresează tuturor categoriilor de vârste. O componentă importantă a Școlii de Bani o reprezintă platforma [www.scoaladebani.ro](http://www.scoaladebani.ro) care, odată cu pandemia a oferit acces online celor care și-au dorit să urmeze în continuare cursurile Școlii de Bani, care înainte se desfășurau offline, în sediile BCR, în companii sau prin intermediu Caravanei FLIP - Școala de Bani pe Roți.

Platforma înglobează atât cursuri individuale, inclusiv cursuri dedicate părinților și un curs de Mindfulness financiar dedicat celor care vor să învețe cum să se raporteze emoțional la bani și să lucreze la relația cu banii, precum și cursuri cu profesori, sub formă de webinarii. Totodată, platforma oferă și fișe de educație financiară pentru

profesori, pe care aceștia le pot folosi la ore pentru a introduce în materiile predate concepte și reguli de educație financiară.

Anul acesta, Școala de Bani a ajuns și în mall-urile din 5 orașe. Caravana FLIP, Școala de Bani pe Roți, proiect realizat în parteneriat cu Școala de Valori, a oferit copiilor ateliere interactive de educație financiară, o mare parte dintre ele fiind organizate alături de Cristina Andone, autoarea cărții Școala Banilor Bine Crescuți.

De asemenea, Școala de Bani a organizat și concursul de desene Școala banilor bine-crescuți, la care au participat 250 de școli care au încărcat peste 2000 de desene, iar la finalul competiției va fi acordat titlul de Școala banilor bine-crescuți uneia din cele 10 școli finaliste. Toate școlile finaliste primesc premii constând în cursuri de educație financiară și cărți pentru biblioteca școlii.

O altă componentă importantă a proiectului Școala de Bani a fost colaborarea cu platforma Adservio, care a dat posibilitatea elevilor din 40 de școli din România să aibă acces la materiale școlare online, digitalizând astfel întregul proces. Astfel, peste 16.000 de elevi s-au bucurat de lecții digitale, feedback personalizat și bibliotecă online timp de un an de zile, dar și de lecții de educație financiară.

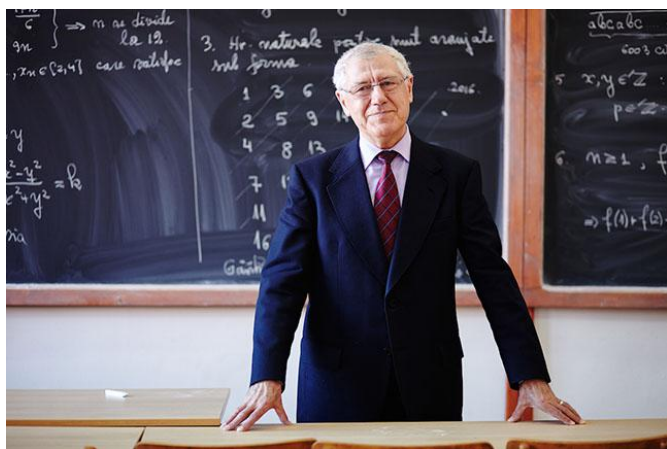
#### • **Numărul de beneficiari**

Școala de Bani a ajuns, în mod direct, prin atelierele și cursurile sale, la 50.000 de români anul acesta și la 500.000 de români în mai puțin de 5 ani.

#### • **Rezultate / Impact**

În ultimii aproape cinci ani Școala de Bani a ajuns la jumătate de milion de români, adulți și copii. În anul 2021, 40.000 de copii, 1100 de ateliere online, 15.000 adulți participanți la 120 de ateliere. Pe platforma online [www.scoaladebani.ro](http://www.scoaladebani.ro) există peste 10.000 de utilizatori care au participat la cursurile Școlii de Bani în anul 2021.

## **Fundația Nouă ne pasă** **Programul educațional de performanță Hai la Olimpiadă!**



#### • **Obiectivul Proiectului**

Pregătire cu profesori de top pentru elevii capabili de performanță Programul **Hai la Olimpiadă!** se adresează elevilor și studenților ce aspiră la performanță dar cărora le este necesar sprijinul unor profesori pasionați, al unei comunități și al unor concursuri în care să-și testeze cunoștințele.

#### • **Activitățile propuse**

Programul constă în susținerea unei rețele de centre în care se predau cursuri aprofundate de matematică, fizică, informatică, astronomie, astrofizică și chimie. În cei 9 ani de la lansarea programului am format o echipă de 400 de profesori care au experiență în pregătirea la nivel competitiv, alături de care identificăm spațiile adecvate pentru orele de curs, definim orarul și procesul de selecție al copiilor.

#### • **Numărul de beneficiari**

5.860 de elevi, în 54 de centre.

#### • **Rezultate / impact**

Majoritatea elevilor din centrele Hai la Olimpiadă! ajung să participe la concursuri școlare și olimpiade, cât și să reprezinte România la competiții internaționale. Totuși, impactul principal al proiectelor este acela că formează comunități incluzive de performanță, unde elevii își antrenează disciplina, perseverența și capacitatea de a colabora.

**Bursa Binelui** este singura platformă de donații fără comision dedicată ONG-urilor din România. Platforma își propune să încurajeze românii să folosească instrumente digitale pentru a susține cauzele în care cred. Totodată, obiectivul acesteia este de a crește numărul de donații către organizațiile mici și medii, care au cea mai mare nevoie de ajutor.

#### • Activitățile Proiectului

Bursa Binelui nu este doar o platformă de fundraising, este locul în care ONG-urile mici și medii își pot face auzită vocea. În afară de spațiul prin care acestea își pot încărca proiectele pe platformă și pot obține astfel mult mai ușor donații, totul desfășurându-se online, acestea au ocazia să se afirme și să câștige notorietate.

Anul acesta a început în forță cu concursul „Iubesc un ONG”. Cu ocazia sărbătorii de Dragobete, pe 24 februarie, oamenii generoși au primit provocarea de a eticheta în comentarii un ONG pe care îl iubesc și doresc să îl susțină. ONG-ul cu cel mai mare număr de like-uri a primit din partea Bursa Binelui o donație în valoare de 5000 de euro.

Tot în scopul promovării asociațiilor mici și mijlocii, Bursa Binelui a încheiat un parteneriat cu Radio Guerilla prin care acestea au avut ocazia să își promoveze activitatea în cadrul emisiunii „Piticul dejun”.

De asemenea, începând cu luna octombrie, platforma Bursa Binelui a organizat o serie de webinarii, denumite „Învață cu Bursa Binelui”, prin care a dat ocazia oamenilor din ONG-urile de pe platformă să



învețe de la cei mai buni cum să își creeze o strategie de social media, cum să convingă companiile să susțină cauzele pe care le reprezintă sau cum să se folosească de storytelling pentru a-și spune povestea. Speakerii au fost Alexandru Negrea, Nicoleta Deliu-Paşol, Cristina Andone și Laura Ionescu.

#### • Numărul de beneficiari

În anul 2021 platforma a înregistrat următoarele rezultate:

- Suma atrasa din donatii: 494.913 lei / 100.000 euro
- 6.253 de donatii
- 79 lei atrași în medie / per donație
- 1.546 lei atrasi in medie / pe zi
- 19 donatii realizate in medie / pe zi

#### • Rezultate / Impact

De 9 ani de când există Bursa Binelui, peste 700 de organizații și-au făcut cont pe platformă și peste 60.000 de români au ales să doneze către cauzele de pe platformă. S-au strâns donații de aproximativ 970.000 euro pe [www.bursabinelui.ro](http://www.bursabinelui.ro)

## **.msg România** Dăm avânt Mesei pe roți

Când unul dintre cele mai vechi programe ale Serviciului de Ajutor Maltez în România (SAMR) se extinde la Târgu Mureș, msg Systems este primul să-și arate susținerea față de persoanele vârstnice singure ce au nevoie de sprijin.

#### • Activitățile Proiectului

„Masa pe roți” este, de peste 10 ani, programul prin care SAMR oferă servicii sociale în principal vârstnicilor singuri, cu venituri reduse, dar și persoanelor cu dizabilități. Pe lângă masa caldă primită zilnic, beneficiarii au ajutor în gospodărie, în relația cu instituțiile statului și mai ales o persoană care are grijă ca singurătatea să nu-i copleșească. Decizia de a extinde serviciul și în Târgu Mureș a fost posibilă și mulțumită implicării echipei .msg Romania care s-a asigurat că programul are fondurile necesare pentru ca grupul pilot de 10 persoane selectate să poată să înceapă să beneficieze de ajutor. În paralel, pentru serviciul similar din Timișoara, un grup de voluntari din cadrul companiei a petrecut o zi în cantina socială, unde a gătit pentru cei peste 40 de beneficiari. Bătrânilor din căminul Maltez li s-a pregătit cina și au avut parte de o seară specială asigurată de compania tinerilor IT-iști.

#### • Numărul de beneficiari

50 de beneficiari



#### • Rezultate / Impact

La 6 luni de la lansare, „Masa pe roți” continuă să strângă noi și noi beneficiari în Târgu Mureș. Fiind un program în care sustenabilitatea pe termen lung este foarte importantă, creșterea numărului de bătrâni asistanți se face prudent, pentru a se putea păstra angajamentul pe termen lung. Implicarea echipei ca voluntari în cauzele sociale susținute de companie devine o tradiție, fiecare nouă acțiune bucurându-se de o listă tot mai lungă de colegi ce-și doresc să fie parte din schimbarea în bine.





Acceleratorul **InnovX-BCR** este un program dedicat afacerilor din tehnologie care dezvoltă soluții pentru toate sectoarele de activitate, cu accent pe cyber-security, fintech, inteligență artificială, învățare automată, robotică, cloud, automatizare sau microservicii.

Acceleratorul este un proiect realizat în parteneriat cu UiPath, Microsoft, Startup Grind, Mindspace și MIT CEE Forum. BCR acoperă costurile pentru toate bursele alocate antreprenorilor din acest proiect, cursurile și costurile logistice.

#### • **Obiectivul Proiectului**

Programul urmărește să transfere antreprenorilor români și viitorilor unicorni curajul și expertiza de a dezvolta afaceri globale în tehnologie.

Cum facem acest lucru? Printr-un program solid educațional, o rețea globală de experți în accelerarea afacerii, acces la investitori, expunere internațională și acces gratuit la resurse valoroase pentru dezvoltarea tehnologiilor inovatoare.

Capitalul românesc trebuie să se acumuleze, să producă valoare și să stimuleze potențialul intelectual și antreprenorial al României.

InnovX-BCR a fost creat pentru a susține procesul de maturizare a ecosistemului de start-up-uri în tehnologie, care a atras în 2020 un număr dublu de finanțări de investiții față de acum doi ani, în ciuda pandemiei, iar trendul a continuat și în 2021.

#### • **Activitățile Proiectului**

InnovX-BCR este un program de accelerare a afacerilor din tehnologie care ajută companiile să se dezvolte printr-o curricula adaptată start-up-urilor ce vor să scaleze (Disciplined Entrepreneurship, Blue Ocean Strategy etc), acces la finanțare (granturi, creditare, equity) și acces la potențiali clienți și parteneri.

Acceleratorul este dedicat start-up-urilor cu cifra de afaceri sau finanțare atrasă de peste 50.000 euro, împărțit în trei grupe, în funcție de nivelul businessului:

Grupa Grinders - cifră de afaceri sau finanțare atrasă între 50.000 de euro și 500.000 de euro;

Grupa Startups - cifra de afaceri sau a finanțării atrase între 500.000 de euro și 1 milion de euro;

Grupa Scaleup - cifra de afaceri sau finanțare atrasă de peste 1 milion de euro.

Programul de accelerare durează circa două luni, timp în care companiile au acces la programe educaționale paralele dedicate diferiților membri ai start-up-urilor în funcție de responsabilități:

1. **CEO** - Program de educație financiară și de business în vederea atragerii de finanțări de tip grant și equity;

2. **CIO** - Program educațional de inovare și

3. **CTO** - Program educațional dedicat tehnologiilor emergente.

La finalul programului de accelerare, antreprenorii își pot valida ideile de business în cadrul evenimentului Elevator Pitch, în fața echipei de management BCR, și să găsească investitori și parteneri în cadrul evenimentului InnovX-BCR Demo Day, care desemnează cei mai buni alumni din fiecare grupă.

Este singurul program dedicat antreprenorilor din tehnologie care cuprinde o parte importantă post-accelerare - expunere la potențiali clienți și finanțatori, executivi de top, promovare, dezvoltare de produse noi.

#### • **Numărul de beneficiari**

Peste 1.000 de echipe de antreprenori în tehnologie au trecut prin procesele de recrutare în programul de accelerare și peste 500.000 de persoane targetate prin campaniile de promovare a poveștilor de succes din accelerator.

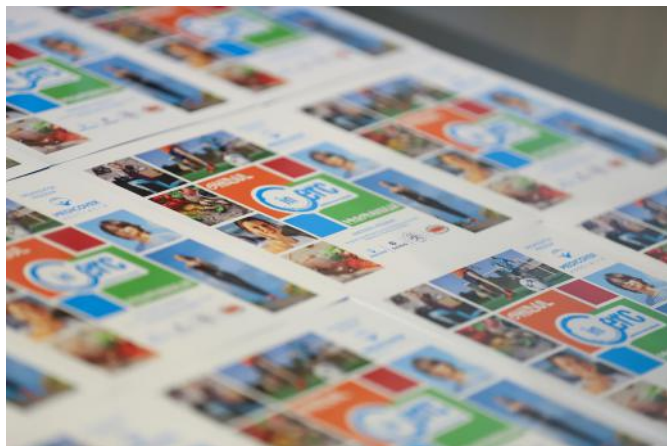
#### • **Rezultate / Impact**

100 de start-up-uri au fost accelerate în ultimii trei ani, dintr-un total de peste 1000 de înscrieri.

Dintre acestea 37 de start-up-uri au atras finanțări de la fonduri de investiții sau granturi, finanțarea totală ridicându-se la 23 milioane de euro.

Cele mai bune start-up-uri din accelerator au șansa de a participa la evenimente globale și regionale dedicate tehnologiei, unde pot atrage investitori și parteneri noi.

În cadrul programului, start-up-urile au participat la 110 evenimente, din care 25 externe, cele mai importante fiind: Startup Grind Conference Europe - London, UK; Elite Day Borsa Italiana in Milano, Italy; VR Days Conference in Amsterdam, Netherlands; CEE Accelerators Summit in Warsaw, Poland; StartupGrind Conference Europe-Asia Connect - Tbilisi, Georgia; OurCrowd Conference in Jerusalem, Israel; London Stock Exchange Conference in Tel Aviv, Jerusalem și Startup Grind GlobalConference Silicon Valley, California.



După aproape doi ani de pandemie de coronavirus, datele arată că ne confruntăm la nivel global cu o epidemie de diabet zaharat (DZ) și una de obezitate.

Odată apărută, obezitatea poate fi greu controlată, istoria ei naturală fiind una de creștere anuală.

Din 2017, Programul „ÎnCerc” a adus primele date relevante, îngrijorătoare, din România privind problemele de greutate la copii: 1 din 3 copii din grupa de vârstă 10-12 ani este supraponderal sau obez! Aceste cifre sunt indicate de singurul program de o asemenea complexitate din Sud-Estul Europei: Programul „ÎnCerc”, implementat de Asociația Medcover.

Cele două orașe alese pentru implementarea „ÎnCerc”, Ploiești și Cluj-Napoca, fac parte din zonele cu o prevalență mare a diabetului zaharat din țară.

Până în prezent au fost evaluați gratuit peste 8.000 de copii, iar cei cu risc de dezvoltare a DZ2 au fost invitați să beneficieze de consiliere personalizată (medicină generală, nutriție, activitate fizică, psihologie).

#### • Activitățile Proiectului

În fiecare oraș din Program, s-a propus evaluarea a trei generații consecutive de copii de clasa a V-a.

Dintre copiii evaluați, cei aflați la risc de dezvoltare a DZ2 au fost invitați la consiliere individuală, etapă ce durează pentru fiecare copil 18 luni, iar din 2020, din considerente pandemice, consilierea individuală se derulează în regim hibrid: atât online, cât și fizic.

#### • Numărul de beneficiari

Beneficiari direcți - Copiii de clasa a V-a din Ploiești și Cluj-Napoca evaluați în prima etapă a programului, precum și cei invitați la consilierea de prevenție a DZ2.

Beneficiari indirecti - Familiile extinse ale copiilor invitați la consiliere și prietenii lor.

#### • Rezultate / Impact

În urma evaluării de sănătate am constatat că 3 din 10 copii au fost identificați cu risc de dezvoltare a DZ2.

Peste 70% dintre copiii care au „absolvit” Programul „ÎnCerc” până acum au înregistrat scăderi ale indicelui de masă corporală, îmbunătățindu-și masa musculară și pierzând din țesutul adipos.

## Banca Comercială Română

### Nextlab.TECH

Concursul **NEXTLAB.TECH** este cea mai mare competiție de robotică din România, parte a programului Romania Tech Nation. Este realizat împreună cu BCR, cu scopul de a susține educația tinerilor și de a-i aduce mai aproape de joburile viitorului prin intermediul tehnologiei și digitalizării.

#### • Activitățile Proiectului

Prin convertirea a 90% dintre cursurile de robotică, Nextlab.Tech a dat ocazia elevilor de pe întreg teritoriul României să beneficieze de lecții pregătitoare pentru cea mai mare competiție națională de robotică. Peste 33.000 de elevi cu vârste cuprinse între 8 și 16 ani s-au putut înscrie pe platformă.

Mai mult, pentru a sprijini accesul la educație, BCR a susținut platforma NEXTLAB cu 200 de sesiuni de robo-ajutor și 750 de kit-uri de robotică pe care elevii le-au putut folosi pentru a învăța cum să construiască și să controleze un robot.

Competiția a avut loc în două faze, prima fază a implicat lucrul cu roboți virtuali, iar cea de-a doua, construirea roboților fizici bazați pe tehnologia ARDUINO.



#### • Numărul de beneficiari

Peste 33.000 de elevi înscriși

#### • Rezultate / Impact

Peste 50.000 de copii s-au înscris în primii doi ani în concursul Nextlab.tech și numărul lor este în creștere în fiecare an, peste 1600 de profesori implicați, peste 560.000 de exerciții STEM rezolvate de către participanții la competiție, peste 100 de ore investite de către angajații BCR în promovarea competiției.



#### • **Obiectivul proiectului:**

**Prevenirea abandonului școlar în mediul rural.** Unul din 3 copii din mediul rural nu va termina clasa a-8-a, din cauza condițiilor sociale, implicarea slabă a părinților cât și a unor probleme sistemice, precum învățământul simultan.

Din 2016, Fundația Nouă ne pasă implementează centre de tip afterschool în școli din zone rurale pentru copiii care au nevoie de sprijin la învățatură. Modelul nostru de lucru propune implementarea de centre after-school cu ore de recuperare a materiei, astfel încât interesul copiilor pentru continuarea studiilor să rămână viu.

#### • **Activitățile propuse / Campania**

Fundația susține în prezent 44 de centre after-school pentru 1.360 de copii din mediul rural. Începând cu semestrul II al anului școlar 2021-2022 vom extinde programul la 84 de centre after-school, respectiv 2.330 de copii, iar începând cu luna martie 2022 vom

deschide un nou apel de proiecte pentru echipele de profesori care doresc să participe la acest program.

Profesorii din mediul rural ce doresc să-i ajute pe copiii fără posibilități din comunitate, sunt invitați să aplice pe site-ul programului în perioada martie-mai 2022. În urma apelului vor fi selectate echipele de profesori care ne conving că pot conduce proiectul la nivel local și care, ulterior, vor fi finanțate pentru implementarea unui centru after-school în școala lor.

Copiii selectați de profesori ca având nevoie de educație remedială, vor avea acces la after-school trei zile pe săptămână și vor primi o masă caldă, după care vor relua lecțiile de matematică și română într-o variantă adaptată nivelului lor de pregătire.

Grupele cu care lucrăm sunt formate din copii de la clasa a III-a până la clasa a VIII-a, iar fiecare copil ar trebui să participe la cursurile propuse de program timp de minim trei ani școlari.

#### • **Numărul de beneficiari**

În 2021, Fundația a susținut 1.360 de copii.

Până în octombrie 2022, numărul de copii beneficiari ne așteptăm să crească la minimum 3.000.

#### • **Rezultate / Impact**

Mediile la matematică și limba română ale copiilor care participă la program cresc cu 1 punct/an, iar motivația lor pentru a participa la școală crește cu 50% (măsurată prin intermediul absențelor din perioada unui an școlar). În plus, copiii sunt ajutați să capete încredere în sine și să se integreze mai bine în colectivul școlar.

## **Servier Pharma** Bursa de BINE

Proiectul **Bursa de BINE** s-a inspirat din Gala Oameni de BINE, evenimentul intern care celebrează angajații cu vechime între 5-30 de ani în Servier România. Cu ocazia acestei celebrări, ne-am propus să ajutăm tinerii la început de drum să dea start propriei cariere cu încredere, într-un loc de muncă stabil și sănătos; să poată deveni viitori OAMENI de BINE - profesional și personal. Așa a luat naștere Bursa de BINE. Proiectul, realizat cu sprijinul asociației The Social Incubator, urmărește integrarea reală în societate a tinerilor care părăsesc centrele de plasament, prin acordarea unui sprijin complex: bursă, cazare, sprijin educațional, integrare socio-profesională și mentorat oferit de angajați, prin inițiativa internă Voluntari de Bine.

#### • **Activitățile Proiectului**

Bursa de BINE oferă 12 luni de sprijin tinerilor în procesul spre tranziția către viața independentă și inserția pe piața muncii, prin: CAZARE- 6 luni; DEZVOLTARE PERSONALĂ ȘI EMOȚIONALĂ - Program de psihoterapie, ateliere de educație non-formală, suport psiho-emotional; EDUCAȚIE ȘI INTEGRARE PE PIAȚA MUNCII - sprijin în găsirea locului de muncă; MENTORAT - alocarea unui mentor care urmărește parcursul tânărului. Intern, prin Voluntari de BINE, angajații companiei oferă meditații, mentorat, training-uri.



#### • **Numărul de beneficiari**

5 tineri beneficiari

#### • **Rezultate / Impact**

Schimbare reală și durabilă pentru 5 tineri, printr-o abordare personalizată, de tip 1-1.

Bursa de BINE înseamnă: 12 luni de proiect, 2 anchete sociale, 2 ședințe de consiliere în carieră, 24 de ședințe individuale de consiliere psihologică, 12 ateliere de grup de dezvoltare personală și profesională, chirie 6 luni, în cameră proprie, monitorizare de caz post-intervenție (6 luni), 4 sesiuni de mentorat.



## .msg România

### Deschidem școala pentru vară

Când sună ultimul clopoțel înaintea vacanței de vară, copiii încep să-și facă planuri pentru aventurile din următoarele luni. Nu și la școala din Ciurila, o comună mai săracă din județul Cluj. Aici, cu ajutorul asociației Let's Donate și cu fonduri asigurate prin donațiile echipei .msg Romania, copiii au revenit în bănci pe toată perioada verii. Au încercat, astfel, să recupereze materia pierdută într-un an de școală derulat mai mult de acasă, ceea ce a însemnat pauze foarte lungi în educație pentru cei ce nu au avut acces la internet. Adică, o mare parte din cei 100 de copii, majoritatea provenind din familii vulnerabile.

#### • Activitățile Proiectului

Timp de 2 luni, tutorii asociației au asigurat meditații pentru copii la materiile principale, iar din fondurile strânse copiii au primit și o masă caldă pe zi.

Pentru ca bucuria jocului să nu lipsească, voluntarii .msg Romania le-au pregătit și o surpriză. În primul weekend din iunie, au dat o nouă față curții școlii, renovând și reparând dotările existente. Au petrecut alături de copii o zi de activități distractive, reușind să-i cunoască astfel mai bine.

#### • Numărul de beneficiari

80 de copii.



#### • Rezultate / Impact

90% dintre copiii înscriși în școala de vară au avut o prezență constantă la cursurile de vară și și-au îmbunătățit nivelul de cunoștințe, lucru probat de rezultatele școlare din noul semestru. Mai important, copiii au găsit în echipa .msgRomânia prieteni pe termen lung.

Activitățile comune continuă și acum, cel mai recent, echipa a invitat elevii școlii pentru o zi în Cluj - Napoca, cu ocazia sărbătorilor de iarnă. Impactul acestor tipuri de intervenții a făcut ca .msgRomânia să pornească un nou proiect similar, „Buni la mate!”, pentru alți 45 de copii din familiile sărace din centrul Every Child Cluj-Napoca. Aceștia primesc pentru tot anul școlar în curs meditații la matematică, astfel încât să reușească să țină pasul cu materia de la școală.

## .msg România

### 10 ani de msg - Maratonul Apuseni

În ultimul deceniu, **Maratonul Apuseni** a devenit, cu sprijinul .msg Systems Romania, cea mai mare competiție de trail running din Transilvania, dar mai ales una dintre cele mai unite comunități sportive. Competiția de alergare este doar unul din momentele care aduc sute de iubitori ai sportului alături de natură. La aniversarea a 10 ani, misiunea principală de a promova un mod responsabil de a practica activități în aer liber a revenit în prim plan.

#### • Activitățile Proiectului

O nouă tabără de bază, un traseu montan ce poate folosit pentru tot timpul anului, refăcut integral, o nouă abordare în a reduce impactul concurenților asupra naturii pe perioada maratonului - sunt o parte din acțiunile care au precedat ediția aniversară a maratonului.

Faptul că o parte din traseul competiției trece prin zona de rezervație naturală responsabilizează nu doar organizatorii ci fiecare concurent. Activitățile de educație ecologică derulate pentru public, pe perioada maratonului, au insistat pe modul în care natura trebuie să aibă prioritate în fața oricărui confort uman.

#### • Numărul de beneficiari

2000 de beneficiari directi, indirecti 10.000 de turiști /an

#### • Rezultate / Impact

Cu 1240 de participanți la cele 5 probe, msg Maraton Apuseni



a marcat, în 2021, o revenire după un an pandemic ce a blocat multe competiții sportive importante și rămâne una dintre puținele competiții de trail running din România recunoscute internațional.

Chiar dacă o parte din activități, precum acțiunea de reîmpădurire anuală, au avut o amplitudine redusă, din cauza restricțiilor impuse de autorități, fiecare pas făcut pentru a proteja minunata zonă a Apusenilor este foarte important.

Chiar dacă are loc o zi pe an, competiția are misiunea de a se implica, 12 luni din 12, pentru ca această zonă unică să rămână protejată.

## Fundația pentru Copii Ronald McDonald

### Casa Ronald McDonald Iași

Finalizarea construcției celei de-a treia Case Ronald McDonald la Iași. **Casa Ronald McDonald Iași** va fi casă departe de casă pentru familiile ai căror copii au nevoie de spitalizare pe termen lung, familii cu posibilități materiale reduse sau modeste, ce vin din afara localității, din toată zona Moldovei. Această Casă va fi construită în curtea Spitalului Clinic de Urgență pentru Copii „Sf. Maria” Iași.

#### • Activitățile Proiectului

Casa va găzdui, cu prioritate, părinții veniți din afara localității și mamele care alăptează - din localitate. În situația în care medicul curant permite, copilul poate locui alături de părinte la Casă. Activitățile și acțiunile de suport organizate de Casa Ronald McDonald pentru părinți și copiii vor avea ca beneficiari direcți circa 500-600 de copii anual ai căror părinți vor locui la Casă și circa 1.000 de copii internați în spital, indiferent de localitatea de proveniență. Casa va avea 19 camere, un loc comun de joacă, bucătărie, living și alte spații în care familiile vor putea socializa, se vor putea conecta, vor beneficia de suport și consiliere. În Casă părinții se vor putea odihni, vor primi o masă caldă, vor putea găti pentru ei și pentru copiii, alături de ceilalți părinți sau alte rude. Aici vor avea parte de un întreg sistem de sprijin atât în ceilalți părinți, cât și în echipa Casei. Aflați la doi pași de spital, cu zero costuri de cazare, transport sau ocazional, de masă, ei vor avea șansa să își direcționeze energia și resursele către îngrijirea micului pacient.

#### • Numărul de beneficiari

Beneficiari direcți: 1.000/an (copiii și familiile lor)

Beneficiari indirecti: 300 voluntari/an, 50 companii partenere/an, Instituții Publice - Spitalul Sf.Maria, Consiliul Județean, Primăria, comunitatea ieșeană în ansamblul ei și întreaga zonă a Moldovei.

#### • Rezultate / Impact

- ✓ Proiect unic în zona Moldovei care rezolva o problemă sistemică: accesul copiilor la servicii medicale de calitate
- ✓ Abordarea îngrijirii copilului centrată pe familie (familia rămâne alături de copil pe toată durata spitalizării, fără niciun cost).
- ✓ Susținerea sistemului public în asigurarea accesului la servicii medicale.



- ✓ Susținerea copiilor și familiilor lor prin activități educaționale și programe de dezvoltare personală
- ✓ Atragerea de noi oportunități pentru viitoare parteneriate în sistem public-privat în domenii esențiale, pe axa sănătate-educație
- ✓ Organizarea atelierelor educaționale cu ajutorul voluntarilor
- ✓ Crearea unei rețele de sprijin din comunitate.

Casa Ronald McDonald Iași este al treilea proiect de acest tip al Fundației pentru Copii Ronald McDonald, alături de cele din București (2003) și Timișoara (2008). Casele Ronald McDonald sunt construite împreună cu Ronald McDonald House Charities Inc. și cu partenerul de misiune, McDonald's.

În 2021, Fundația Vodafone România s-a alăturat, în calitate de Sponsor Fondator, demersului de construire a Casei Ronald McDonald Iași. Noua Casă va asigura cazare și sprijin părinților din întreaga regiune a Moldovei ai căror copii necesită internări de lungă durată. Alți parteneri ai proiectului: BorgWarner Inc., Unicredit Leasing, KET Construct, LEIER Brikston.





## Profi Rom Food

Profi pune preț pe sănătate și îți aduce vaccinul aproape



**Vaccinarea propriilor angajați din mediul rural**, a familiilor acestora, a clienților și a tuturor locuitorilor din preajma magazinelor Profi, care au dorit să se imunizeze.

### • Activitățile Proiectului

Caravana de vaccinare a fost primul astfel de proiect organizat de un retailer pentru susținerea eforturilor naționale în lupta contra Covid-19. În prima etapă a proiectului, un autocar dezinfectat zilnic și dotat cu spații și echipamente sanitare, însoțit de personal medical a pornit la drum în perioada 10-18 iunie 2021, străbătând 8 localități din județul Timiș. În caravană s-au administrat vaccinurile Johnson&Johnson și Pfizer.

În etapa a doua, Profi a sprijinit Asociația pentru Anestezie și Terapie Intensivă „Aurel Mogoșeanu” Timișoara. Astfel, am pus la dispoziție

autocarul amenajat special și avizat ca unitate mobilă de vaccinare pentru a ajuta în organizarea procesului de vaccinare anti-covid a persoanelor din județul Timiș și din cele alăturate.

Totodată, platforma mobilă de vaccinare împotriva Covid-19 a susținut acțiunile desfășurate de către DSP Timiș pentru activități mobile de imunizare, inclusiv în incinta Aeroportului Internațional „Traian Vuia” din Timișoara.

Întregul proiect s-a desfășurat în perioada iunie-septembrie, cu susținere din partea Ministerului Sănătății, a Primăriei municipiului Timișoara, a DSP Timiș, a sistemului Rovaccinare și a altor autorități centrale și locale.

### • Numărul de beneficiari

300 de persoane în prima etapă, aproximativ 1.500 de persoane în etapa a doua.

### • Rezultate / Impact

Atât colegii noștri din magazine și persoanele vulnerabile, cât și alte persoane interesate s-au putut vaccina ușor, în condiții de maximă siguranță, fără înscriere prealabilă și fără să se deplaseze în afara localității lor.

## Huawei România

Parteneriat cu Asociația Magic - Burse pentru copiii care s-au luptat cu boli grave

Sprrijin pentru copii care s-au luptat cu boli grave, pentru a-i ajuta să se întoarcă la școală. După luni întregi de spitalizare, copiii sunt afectați atât de această experiență traumatică, cât și de dificultățile financiare întâmpinate de familie. Rechizitele, hainele, pregătirea suplimentară în anii terminali devin un lux.

### • Activitățile Proiectului:

Huawei oferă 25 de burse în valoare totală de 33.000 de euro pentru copiii care se reîntorc la școală după ce au luptat cu boala și care au nevoie de rechizite școlare, cărți și de ore suplimentare pentru a recupera materia predată în lunile sau chiar anii de tratament și spitalizare.

În 2020, Huawei și Asociația Magic au echipat secțiile de oncologie pediatrică din 4 spitale din București și Cluj cu 200 de tablete pentru copiii cu afecțiuni grave, pe care aceștia să le poată folosi în timp ce sunt internați pentru a învăța, a se juca și a se conecta cu familiile și prietenii lor.

### • Rezultate/Impact:

**Bursele MagicEDU**, program implementat de Asociația Magic, au scopul de a le oferi ajutor copiilor cu boli grave pentru a se întoarce la școală după tratament. Asociația Magic sprijină în prezent 100 de copii care merg la școală după ce au avut cancer sau au suferit arsuri grave. Fiecare copil beneficiază de suma de 500 RON (aprox. 110

### Și super eroii merg la școală.

După ce s-au luptat cu boala, cei mici au nevoie de sprijin ca să se poată reîntegra în activitățile școlare. Huawei susține Asociația Magic cu 25 de burse pentru toți super eroii nerăbdători să înceapă din nou școala.



EUR) / lună pentru un an. Huawei va sprijini alți 25 de copii să reia activitatea școlară, oferind fiecăruia o bursă lunară timp de un an.

Această inițiativă face parte din programul 1000 Dreams, un proiect regional de responsabilitate socială al Huawei, prin intermediul căruia compania își propune să susțină educația și dezvoltarea copiilor și a tinerilor.





CEZ a donat sistemul de panouri fotovoltaice patrimoniului local.

Compania a colaborat cu cu diferiți stekholderi: instituții de învățământ beneficiare, autorități locale, dar și organizații neguvernamentale (Fundația Progress).

Toate avizele necesare pentru implementarea proiectului au fost obținute în urma consultării cu primăriile. Una din instituțiile beneficiare identificate este reprezentată de Liceul Mihai Eminescu Constanța, acesta fiind încadrat în categoria clădirilor de patrimoniu.

Pentru derularea proiectului în această locație, am solicitat aprobarea Direcției Județene de Cultură.

Prin montarea panourilor fotovoltaice, facem un pas important în schimbarea viitorului comunităților.

#### • Obiectivul Proiectului / Campaniei

Unul dintre pilonii strategici de CSR ai CEZ se referă la protejarea mediului. Compania investește resurse importante în proiecte care încurajează eficiența energetică, consumul responsabil de energie și utilizarea energiei din surse regenerabile.

Încurajată de acest trend, compania a lansat proiectul ce a vizat instalarea de panouri fotovoltaice la instituțiile educaționale.

Primul proiect a fost realizat la Școala Gimnazială Musătești (Argeș) care a trecut la energie verde, pentru a oferi copiilor un exemplu de grijă pentru mediu și de a-i educa în același spirit.

A fost primul pas făcut în instalarea de sisteme de panouri fotovoltaice la instituțiile educaționale.

#### • Activitățile Proiectului

Compania și-a propus să extindă harta liceelor verzi cu încă 9 sisteme de panouri fotovoltaice pentru fiecare liceu partener în programul **Ucenic Electrician** (<https://ucenicelectrician.ro>) implementat în cele 7 județe și pentru alte 2 licee (Constanța și Caraș-Severin).

Investiția financiară la cele 9 licee a însumat 145.000 euro. Sistemele fotovoltaice cuprind 486 de panouri care generează 200.000 kWh/anual de energie verde și reduc cu 60 de tone emisiile de dioxid de carbon, contribuind la consolidarea țintelor Obiectivelor ONU: Energie curată și la prețuri accesibile, Orașe și comunități durabile.

Detaliile tehnice ale investiției: puterea instalată a unui panou este de 285 W; numărul total de panouri care formează kitul fotovoltaic de 15 kWp este de 54 de bucăți; greutatea panoului este de aproximativ 18 kg; greutatea estimată a kitului fotovoltaic de 15 kWp este de aproximativ 972 kg; suprafața ocupată de kitul fotovoltaic de 15 kWp este de aproximativ 100 mp.

Este o investiție pe termen lung, un proiect care promovează beneficiile energiei solare și crește gradul de protecție asupra mediului.

Proiectul a avut și o componentă educativă pentru tinerii din cadrul **#CEZGreenGeneration**. În afară de faptul că au putut învăța de pe acoperișul școlii despre energie verde, au fost organizate 3 ateliere tematice.

În total, aproximativ 300 de elevi au participat la cursurile online pregătite pe tema energiei verzi. Acestea le-au adus elevilor și o provocare, dându-le oportunitatea de a participa la concursul GrEEnfluencer, prin care au prezentat în 40 de secunde, într-un clip video, o activitate din viața de zi cu zi, cu un twist prietenos cu mediul.

Cele mai bune proiecte au fost premiate în cadrul unui eveniment online dedicat - Gala GrEEnfluencer.

#### • Numărul de beneficiari:

- 10 instituții de învățământ
- Peste 3000 de elevi și cadre didactice
- Comunitatea locală

#### • Rezultate / Impact

Liceele devin prosumatori ca urmare a emiterii certificatului de racordare. Totodată, unitățile de învățământ se alimentează din surse alternative (de la soare) și au astfel, un grad de independență crescută.

Costurile cu plata facturilor vor fi economisite ca urmare a producerii energiei și vor putea fi utilizate în alte scopuri educaționale.

Una dintre misiunile pe care CEZ Vânzare și le-a asumat este aceea de a lupta împotriva sărăciei energetice. Astfel, în anul 2019 furnizorul de energie electrică și gaze naturale s-a alăturat **Proiectului European SocialWatt**, pentru a duce mai departe acest demers. Tot în 2019, CEZ Vânzare a lansat platforma [www.promisiuneaverde.ro](http://www.promisiuneaverde.ro), sub umbrela căreia își va desfășura toate inițiativele de responsabilitate socială, eficiență energetică, educație, sustenabilitate. În urma radiografierii comunităților din zonele pe care le deservește, s-a constatat că sărăcia energetică este una dintre problemele stringente cu care acestea se confruntă. Astfel, furnizorul a luat decizia de a implica ONG-urile locale în identificarea celor mai bune soluții pentru aceștia.

#### • Activitățile Proiectului

În luna mai 2021, CEZ Vânzare a lansat proiectul pilot „Adăpost cu Energie” gândit sub forma unei competiții adresate ONG-urilor locale, pentru a câștiga grantul de 39.000 RON, oferit de furnizor. Organizațiile Non-guvernamentale au avut posibilitatea să își înscrie, în perioada 17 mai-14 iunie, proiecte menite să reducă sărăcia energetică și să crească eficiența energetică în rândul clienților vulnerabili ai CEZ Vânzare. Ținta vizată de către CEZ Vânzare prin acest proiect este o arie mai puțin abordată până acum în România, deși foarte stringentă: eficiența energetică și soluțiile smart pentru persoanele defavorizate. În data de 12 iulie a fost anunțat proiectul câștigător, care aparține Asociației Vasiliada - Filiala Târgu-Jiu.

#### • Numărul de beneficiari

Proiectul implică utilizarea cu electrocasnice eficiente energetic locuințelor a 15 copii proveniți din familii monoparentale, din municipiul Târgu Jiu, cu scopul de a crește eficiența energetică și a îmbunătăți condițiile de trai din căminele lor.



#### • Buget:

Grant 39.000 RON.

#### • Rezultate / Impact

Electrocasnicele au fost alese în urma unei anchete sociale desfășurate la locuințele beneficiarilor, pentru a constata care sunt nevoile fiecărei locuințe: frigider, aragaz, centrală, cuptor etc. Pentru desfășurarea proiectului, CEZ Vânzare a comunicat constant și a colaborat cu autoritățile locale din cele 7 județe în care își desfășoară activitatea, dar și cu ONG-urile locale și Asociația CSR Nest. De asemenea, pe tot parcursul desfășurării proiectului s-a păstrat o comunicare constantă cu membrii SocialWatt. Mesajele online ale proiectului „Adăpost cu Energie” au generat prin campaniile Facebook și Google 32583 clicks, adică direcționări către landing page-ul campaniei: [www.cezinfo.ro/adapost-cu-energie](http://www.cezinfo.ro/adapost-cu-energie) și un total de 2.247.053 impresii. Deși s-a lansat ca un proiect pilot, furnizorul de energie electrică și gaze naturale CEZ Vânzare vizează continuarea și dezvoltarea programului „Adăpost cu Energie”, astfel încât să ajungă la cât mai mulți oameni din comunitățile pe care le deservește.

## OMV Petrom

### Finanțare de 1 milion de euro pentru renovarea Liceului Tehnologic din Ploiești

Cu finanțarea OMV Petrom, programul **EPG - Romania Eficienta** începe renovarea energetică a Liceului Tehnologic Energetic „Elie Radu” din Ploiești, clădire care găzduiește atât săli de curs, la parter, cât și un cămin-internat, la etajele superioare. Renovarea se va realiza la standarde nZEB (clădiri cu un consum de energie aproape de zero).

#### • Activitățile Proiectului

Printre lucrările ce vor fi realizate de echipa România Eficientă se află modernizarea sistemului de iluminat, prin înlocuirea corpurilor de iluminat fluorescent și incandescent existente cu unele corpuri de iluminat cu eficiență energetică ridicată și durată mare de viață, oferite de sponsorul Signify, precum și introducerea echipamentelor de producere a energiei din surse regenerabile. Pe fondul noilor standarde de renovare



impuse de legislația europeană și de metodologia națională, se va realiza, în prealabil renovarea unei clădiri cu caracter de pilot, de dimensiuni relativ mici, pentru a putea elabora un model tehnic și financiar riguros pentru renovările aprofundate ce se vor realiza în cadrul programului.

#### • Buget

Valoarea finanțării se ridică la 1 milion de euro.

#### • Rezultate / Impact

Reabilitarea clădirii va duce la realizarea unor economii substanțiale de energie și implicit la diminuarea semnificativă a facturilor, precum și la îmbunătățirea radicală a condițiilor de utilizare a școlii, cu beneficii directe pentru starea de bine a elevilor și a profesorilor.



Fundația Vodafone România, în parteneriat cu Asociația M.A.M.E., a lansat prima platformă digitală din România adresată pacienților diagnosticați cu cancer sau alte afecțiuni grave, la care aceștia pot apela pentru consiliere și îndrumare în vederea soluționării diverselor probleme întâmpinate în perioada de confruntare cu boala.

#### • Activitățile Proiectului:

Platforma [www.impreunapentrusanatate.ro](http://www.impreunapentrusanatate.ro) pune la dispoziția bolnavilor oncologici și a celor cu afecțiuni grave, atât adulți, cât și copii, informații și îndrumare pentru accesarea unor servicii medicale de care aceștia au nevoie, oferite de clinici și spitale din țară și din străinătate, dar și consiliere pentru strângerea de fonduri pentru plata unor investigații, intervenții sau tratamente care nu pot fi efectuate în România sau care nu sunt decontate de Casa Națională de Asigurări de Sănătate.

Totodată, platforma conectează pacienții și aparținătorii acestora cu persoane din țară sau din străinătate dispuse să le ofere găzduire în vecinătatea unităților medicale în care își efectuează tratamentele.

Nu în ultimul rând, platforma asigură suport în soluționarea altor tipuri de nevoi, precum găsirea de medicamente, asigurarea transportului casă - spital pentru pacienți sau traducerea unor documente medicale, dar și un ghid despre accesarea și decontarea serviciilor medicale în România și în străinătate și informații la zi din domeniul sănătății.

#### • Buget:

Proiectul este finanțat de Fundația Vodafone România cu 335.800 lei, în cadrul programului Connecting for Good.

#### • Rezultate/Impact

Platforma dă posibilitatea pacienților oncologici și cu afecțiuni grave să identifice cele mai bune opțiuni de tratament, oferind acces la informații despre peste 400 de clinici și spitale de stat sau private, din mai mult de 20 de țări din Europa, America și Asia. Acestea sunt grupate pe patru categorii (oncologie, hematologie, radioterapie și transplant medular), cuprinzând informații despre serviciile medicale puse la dispoziție în cadrul fiecărei secții, date de contact ale specialiștilor, opțiuni de cazare în apropierea spitalelor, transportul de la aeroport. Platforma conține și o listă a ONG-urilor care pot veni în sprijinul pacienților cu diverse servicii gratuite.

Platforma este disponibilă în limbile română și engleză și are secțiuni dedicate celor aflați în nevoie și celor care pot oferi ajutor. În primul an de la lansare, platforma urmărește să sprijine aproximativ 1.000 de pacienți, aducând speranță în viețile acestora și ale familiilor lor.

## Raiffeisen Bank România

### Susțin educația financiară în comunitatea mea



utilizarea serviciilor financiare. Cursul ABCdar bancar este dezvoltat pe platforma internațională de e-learning JA Inspire™ și este accesibil utilizând orice dispozitiv conectat la internet (smartphone, tabletă, laptop sau PC) ori prin intermediul aplicațiilor Android și iOS. Experiențele de educație financiară ABCdar bancar au fost completate de o serie de webinare desfășurate în perioada martie-iunie, la care au participat 27 de voluntari Raiffeisen Bank și 5.540 de elevi și profesori.

#### • Rezultate/ Impact

Peste 25.800 de elevi și profesori din 81 localități au participat în acest an la proiectul „Susțin educația financiară în comunitatea mea”, organizat de Junior Achievement (JA) România și Raiffeisen Bank.

Peste 9.000 dintre elevii participanți spun că prin ABCdar bancar au beneficiat de prima experiență de educație financiară.

18 licee din 16 localități - cu cea mai activă participare în cadrul proiectului - beneficiază de sprijin financiar în valoare totală de 36.500 de lei pentru dotări cu echipamentele tehnice necesare educației în școală sau la distanță.

Proiectul „Susțin educația financiară în comunitatea mea” a ajuns în 2021 la a patra ediție. Până acum, peste 80.500 de elevi liceeni au parcurs modulul ABCdar bancar în format digital interactiv, iar 29 de licee teoretice și tehnologice au beneficiat de sprijin financiar pentru echipamente tehnice și alte dotări.

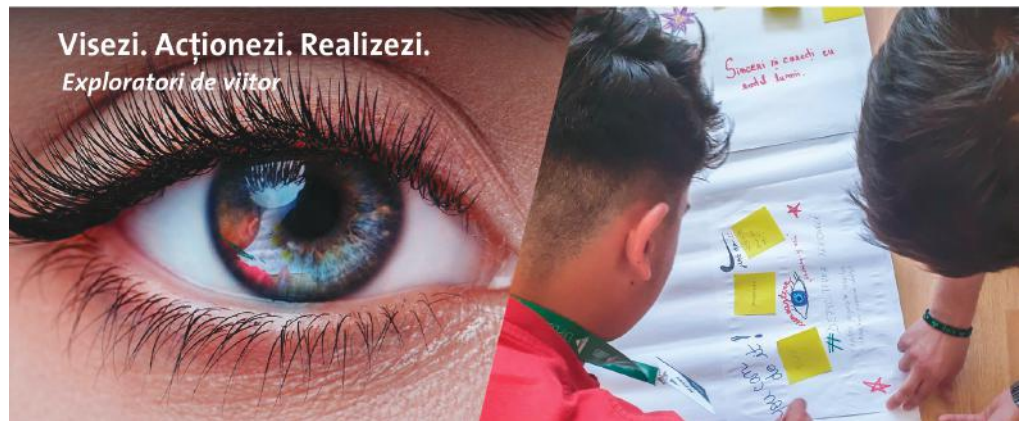
Proiectul a vizat oferirea liceelor de soluții pentru educația online: cursuri de educație financiară digitale pentru educarea utilizării responsabile a resurselor financiare, acces gratuit la platforma de e-learning **JA Inspire™** și posibilitatea de a beneficia de sprijin financiar pentru dotarea cu echipamentele tehnice necesare educației în școală sau la distanță.

#### • Activitățile proiectului

În cadrul proiectului, participanții au petrecut 61.325 de ore parcurgând resursele digitale interactive ABCdar bancar - conținuturi video, simulări ale proceselor de economisire, quiz-uri și teme de documentare despre elaborarea și gestionarea bugetului personal și



Programul “**Exploratori de Viitori**”, derulat împreună cu Fundația Leaders, are ca obiectiv îndrumarea liceenilor din județele Bihor și Argeș în vocația profesională, în procesul de autocunoaștere și cel de leadership. Programul a ajuns în cea de-a doua etapă - liceenii se implică în proiecte pentru comunitățile locale.



### • **Activitățile Proiectului**

50 de elevi de liceu din localitățile Aleșd, Oradea și Câmpulung au format echipe și au implementat, în comunitățile din care fac parte, proiecte sustenabile, sub îndrumarea mentorilor Holcim.

Totodată, liceenii au beneficiat de sesiuni de training, cu scopul de a-și descoperi aptitudinile de lideri. În cadrul sesiunilor s-au organizat exerciții pentru creșterea încrederii de sine, pentru dezvoltarea abilităților legate de capacitatea de analiză și sinteză, precum și dezbateri pe teme legate de seturi de valori și principii de leadership.

De asemenea, tinerii au participat la ateliere de învățare pentru susținerea unor discursuri reușite în public, concepte legate de valorile personale și modalități de lucru în echipă.

### • **Rezultate/Impact**

“Exploratori de Viitor” este programul educațional demarat în luna iulie 2021, având drept participanți 100 de liceeni din cele două comunități în cadrul cărora Holcim activează. În prima etapă, liceenii

au avut posibilitatea să își contureze proiecții clare asupra propriei direcții de carieră, pe baza aptitudinilor, nevoilor și preferințelor pe care le au. Ei au participat la un eveniment de tip Bibliotecă Vie, unde 10 invitați, specialiști în domenii diferite (șapte angajați din compania Holcim, un jurnalist din Câmpulung Muscel, un psiholog și un programator) au răspuns întrebărilor și curiozităților lor. Astfel, liceenii au avut oportunitatea de a descoperi posibile activități profesionale de viitor, prin relatarea unor povești și experiențe de carieră ale invitaților.

La sfârșitul lunii iulie a avut loc o selecție a participanților care au dorit să continue cea de-a doua etapă a programului. Specialiștii din cadrul Fundației Leaders au organizat o serie de interviuri cu liceenii, în cadrul cărora tinerii au pus în practică tehnici învățate până în acel moment. În urma procesului, au fost selectați 50 de elevi care au mers mai departe în etapa următoare.

La finalul programului tinerii vor susține discursuri, în prezența întregii echipe implicate în proces, a partenerilor și colaboratorilor programului, dar mai ales, în prezența familiilor lor.

## Carrefour România

Caravana Plata cu PET

### • **Obiectivul Proiectului**

Caravana Plata cu PET, parte din programul de economie circulară Punem Preț pe Plastic al Carrefour România, a început în luna septembrie 2021.

Inițiativa vizează determinarea clienților de a trece la obiceiuri mai bune de consum atât acasă, cât și la cumpărături.

### • **Activitățile Proiectului**

Clienții Carrefour pot cumpăra fructe și legume de la producători locali, la prețul de 1 PET bucata, iar pentru fiecare recipient de apă rPET DORNA, produs din plastic 100% reciclat și 100% reciclabil, primesc o cantitate dublă de fructe și legume.

### • **Rezultate/Impact**

În numai două luni de la lansare, peste 10.000 de clienți au plătit cu PET pentru fructe și legume românești în 14 hipermarketuri din țară.

Până în luna noiembrie au fost colectate peste 200.000 de PET-uri pentru un mediu mai curat, fiind susținuți, totodată, și fermierii locali.

Cele mai multe PET-uri au fost colectate în București, la Carrefour Orhidea – peste 36.000 – iar cel mai mare număr de persoane participante a fost înregistrat în Satu Mare, unde peste 1.500 de persoane au plătit cu PET și au trecut la obiceiuri mai bune.

Campania se derulează în parteneriat cu Coca-Cola HBC România și cu susținerea Green Point Management, Financiar Recycling, Recycle International și Green PC Ambalaje.



Finanțarea proiectelor de îmbunătățire a condițiilor de locuit, a calității și a siguranței vieții, în comunități dezavantajate din România.

### • Activitățile Proiectului:

În cadrul celei de-a doua ediții a campaniei de finanțare „Casele bune schimbă vieți”, timp de 10 zile, organizațiile non-guvernamentale din România au avut ocazia să aplice pentru finanțarea cu până la 50.000 de lei a unui proiect. Anul acesta au fost înscrise în campanie 23 de proiecte eligibile.

Organizațiile și proiectele care vor primi finanțare din partea Fundației BricoDépôt sunt următoarele:

- ☑ Fundația Hospice Casa Speranței – reabilitarea unui salon cu 4 paturi din Spitalul HOSPICE Casa Speranței din București, igienizarea altor alte 6 saloane, înlocuirea paturilor de spital învechite și alte lucrări de renovare foarte necesare pentru îmbunătățirea calității vieții pacienților adulți care suferă de boli oncologice în stadii avansate;
- ☑ Fundația pentru Copii Ronald McDonald – construcția celei de-a treia Case Ronald McDonald, în Iași (după cea din București - 2003 și Timișoara - 2008), un proiect unic în zona Moldovei, adresat copiilor bolnavi și familiilor acestora. Proiectul va sprijini familiile vulnerabile din toată regiunea de Nord-Est a țării, care ajung la Spitalul Clinic de Urgență pentru Copii Sf. Maria din Iași, pentru tratamente și internări de lungă durată și care, astfel, pot rămâne alături de copilul internat, pentru orice perioadă este nevoie, fără niciun cost;
- ☑ Fundația FARA – lucrări de renovare, construcție, modernizare, creștere a funcționalităților și îmbunătățirea spațiilor (case de tip familial, centre de tranzit, centre de zi și centre de terapie și recuperare) în care trăiesc/ desfășoară activități beneficiarii fundației, copii, tineri și tineri adulți din județul Suceava (tineri adulți cu dizabilități permanente, copii fără familie sau lipsiți de sprijin parental/ familial și copii care provin din familii vulnerabile), Popești-Leordeni, Ilfov (tineri care au ieșit din sistemul de protecție și copii cu dizabilități care provin din familii vulnerabile) și Satu Mare (tineri care au ieșit din sistemul de protecție);
- ☑ Fundația Bucuria Darului – îmbunătățirea condițiilor de locuit pentru mai mult de 30 de familii dezavantajate din județul Brașov, prin lucrări care



urmăresc nevoile fiecărei familii în parte, pentru combaterea efectelor dăunătoare pe care sărăcia le are asupra familiilor și copiilor defavorizați – „O casă mai bună – O viață mai bună”;

- ☑ Organizația Umanitară CONCORDIA – construirea unui spațiu educațional în aer liber, în cadrul centrului de zi din satul Zidurile, comuna Odobești, județul Dâmbovița, unde copiii din familii dezavantajate social, cu condiții financiare precare și din zone dezavantajate ale comunității beneficiază zilnic de sprijin educațional, primesc îngrijire, dezvoltă competențe și abilități utile, alături de pedagogii specializați și se bucură de o masă de prânz.

Brico Dépôt România a suplimentat finanțările cu donații în produse din magazinele sale, în valoare totală de 25.000 de lei, pentru organizațiile non-guvernamentale selectate.

### • Buget:

Valoarea totală a finanțărilor este de 275.000 de lei.

### • Rezultate/Impact

Cele 5 proiecte finanțate în această ediție, vor avea, în total, peste 1.700 de beneficiari direcți și alți aproape 1.800 de beneficiari indirecti, din întreaga țară.

## Antibiotice Iași

Solidari cu oamenii! Solidari cu viața!

### • Obiectivul Campaniei:

Donare de sânge pentru spitalele din Iași.

### • Activitățile Proiectului

Peste 70 de angajați au donat sânge în cadrul celei de-a 20-a ediții a campaniei “Donează sânge! Pune suflet pentru viață!”, organizată de Fundația Antibiotice - Știință și Suflet, în parteneriat cu Centrul Regional de Transfuzie Sanguină Iași (CRTS Iași).

Desfășurarea acestei ediții a fost posibilă în contextul reluării caravanei mobile de vaccinare a CRTS, datorită lipsei acute de sânge din spitalele ieșene.

Donarea de sânge a avut loc în cadrul Centrului de Studii Clinice Antibiotice, cu respectarea tuturor măsurilor de protecție împotriva răspândirii virusului SARS-Cov-2 și a regulilor de siguranță privind actul de donare. În această acțiune a fost implicat atât personalul medical al CSRT, cât și al companiei Antibiotice.



### • Rezultate/Impact

Medicii ieșeni luptă zilnic cu această problemă ce pune în dificultate viața pacienților care necesită transfuzii sanguine, iar voluntarii Antibiotice, donatori recurenți sau noi, au înțeles urgența și au donat în total aproape 35 de litri de sânge.

## Selgros Cash & Carry

Porții de mâncare caldă pentru cadrele medicale din prima linie



### • Obiectivul Proiectului

Sprijinirea cadrelor medicale care se află în prima linie de luptă împotriva SARS-CoV-2

### • Activitățile Proiectului

Compania a donat peste 28.000 de porții de mâncare caldă celor care îngrijesc pacienți COVID-19.

Peste 2.000 de porții au ajuns zilnic în perioada 15 – 28 noiembrie în 20 de spitale din țară. Acțiunea s-a desfășurat la nivel național, în toate orașele în care există magazine Selgros.

- Printre beneficiari s-au numărat:
- Spitalul Municipal Aiud,
- Spitalul Județean de Urgențe Bistrița,
- Spitalul Clinic de Pneumoftiziologie Brașov,
- Spitalul Universitar București,
- Spitalul Clinic de Boli Infecțioase Cluj-Napoca,
- Spitalul Clinic Județean de Urgență Sf. Spiridon Iași,

- Spitalul Clinic de Boli Infecțioase și Pneumoftiziologie Victor Babeș Craiova.

Retailerul a continuat astfel campania de responsabilitate socială „Din Pasiune pentru OAMENI”, din care a făcut parte și evenimentul desfășurat sub egida competiției Arena Bucătarilor, în cadrul căruia Selgros a donat peste 2.000 de meniuri gătite de chefi de renume către persoane și familii aflate în dificultate din județul Brașov.

Meniurile zilnice oferite cadrelor medicale au fost pregătite la Pauza Mică.

Acțiunea a fost sprijinită de partenerii Selgros: Smithfield România, Clas Interprod, Sole Mizo România, AAYlex Distribution și Makedonia Food.

### • Rezultate/Impact

Campania „Din Pasiune pentru OAMENI” a început în primăvara anului 2020, în cadrul acesteia Selgros donând 25.000 de porții de mâncare pe lună cadrelor medicale și a angajaților MAI din București, Craiova, Timișoara, Baia Mare, Cluj-Napoca, Suceava și Brașov.



## Bayer România

Bayer plantează pentru un viitor codru verde!



### • Obiectivul Proiectului

Bayer România, în parteneriat cu Asociația MaiMultVerde a finalizat proiectul „Walk the talk - Sustenabilitatea de zi cu zi, de la obiective

globale la comportamente personale” - o campanie de conștientizare a problemelor de mediu și a impactului personal asupra acestuia.

### • Activitățile Proiectului

În acest proiect au fost implicați angajații companiei din România și Republica Moldova, care au participat la o serie de dezbateri pe baza unor documentare pe teme sociale și de mediu.

În urma parteneriatului, Bayer a făcut cadou 1000 de copăcei pentru generațiile viitoare, plantați cu ajutorul voluntarilor MaiMultVerde.

### • Rezultate/Impact

Contribuția Bayer, dincolo de susținere financiară, este parte a strategiei de Corporate Social Engagement. Raportul de sustenabilitate publicat la nivelul grupului Bayer, stabilește ținte clare pentru anii următori, fapt ce implică, între altele, o bună cunoaștere a tematicilor sociale și de mediu de către angajați.





Reprezentanța locală a companiei germane a ales să se alăture în acest an acțiunilor de împădurire în cadrul inițiativei „**REHAU Community**”, prin care firma și-a asumat misiunea de a sprijini comunitățile locale.

Sponsorizarea acordată a acoperit costurile plantării a 7.145 de puiți de gorun, stejar pendunculat, stejar roșu și arțar tătăresc, pe o suprafață de 1,5 hectare, și va asigura și bugetul necesar îngrijirilor și completărilor în următorii ani.

#### • Obiectivul Proiectului

Împădurirea zonelor cu probleme din România, afectate de alunecări de teren sau deșertificare.

#### • Activitățile Proiectului

REHAU România și organizația Plantăm fapte bune în România au plantat 7.145 de puiți de gorun, stejar pendunculat, stejar roșu și arțar tătăresc în localitatea Cralovăț din județul Timiș, pe un deal în pericol de alunecare.

Pe acest deal cu o suprafață de 5 hectare nu a existat niciodată o pădure, deși se află într-o zonă împădurită.

#### • Rezultate / Impact

Acțiunea de plantare vizează atât prevenirea alunecării și erodării dealului în timp, cât și extinderea pădurii seculare din zonă.

În următorii 7-10 ani, pe lângă plantarea propriu zisă, inițiativa își asumă monitorizarea și îngrijirea suprafeței împădurite – toaletare, înlocuire – până când puiții ajung la stadiul de copac masiv.



## Wienerberger

### Acțiuni de plantare pentru un viitor curat

Activitățile de plantare în zonele fabricilor, potențează dorința companiei de a se implica în cadrul comunității prin dezvoltarea unei structuri peisagistice care să genereze un impact pozitiv asupra mediului.



#### • Activitățile Proiectului

Acțiune internă de plantare în proximitatea fabricii din Sibiu. Sub îndrumarea atentă a unei echipe de specialiști, 40 de voluntari au plantat peste **150 de tei** pe o suprafață de 367 de metri pătrați în jurul zonei ce împrejmuieste limita perimetrului privat.

Anul acesta, în Sibiu au fost plantați peste 561 de copaci (tei și sălcii), în trei zone de plantare din jurul fabricii, pe o suprafață totală de 986 metri pătrați.

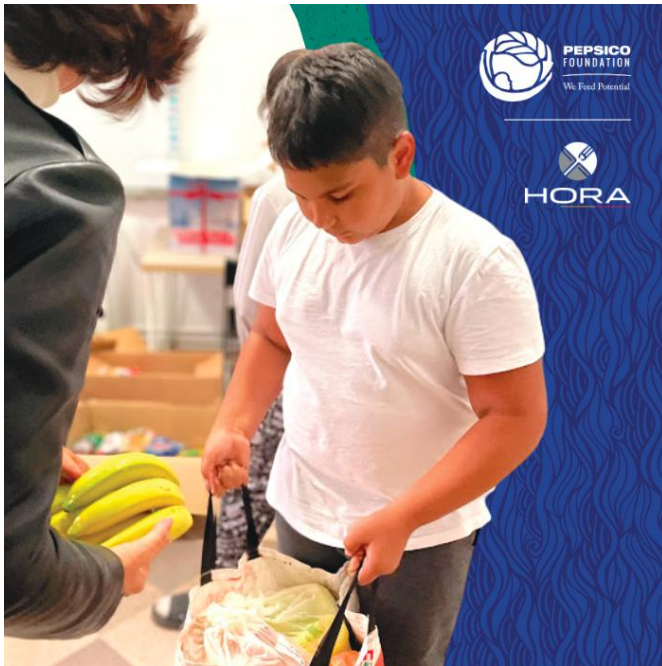
#### • Rezultate/Impact

Proiectul face parte dintr-o campanie amplă de CSR, desfășurată anul acesta de compania Wienerberger în Nădab, Gura Ocnitei și Sibiu.

În perioada noiembrie-decembrie voluntarii au plantat peste 700 de pomi (tei, salcâmi, arțari canadieni și platani) în jurul fabricilor din aceste trei locații.

## PepsiCo și Fundația PepsiCo

### Programul Masa Bunătății



#### • Obiectivul Proiectului

Diminuarea impactului pe care l-a avut COVID-19 asupra securității alimentare în comunitățile vulnerabile și oferirea de oportunități economice pentru proprietarii de mici afaceri din România.

#### • Activitățile Proiectului

PepsiCo și Fundația PepsiCo (filiala filantropică a companiei) au încheiat un parteneriat cu Organizația Patronală a Hotelurilor și Restaurantelor din România (HORA), prin care li se va oferi mâncare

unor comunități vulnerabile. În acest fel, vor fi sprijiniți și proprietarii locali de restaurante pe măsură ce se recuperează de efectele pandemiei.

Printr-un grant de 100.000 USD, parteneriatul va sprijini 8 restaurante membre HORA din București, care vor furniza peste 11.000 de mese hrănitoare în următoarele trei luni în cartierul Ferentari din București și județul Argeș.

Mesele vor merge către copiii înscriși în Programul Casa Bună, un alt partener al Fundației PepsiCo, care se concentrează pe oportunitățile educaționale pentru elevii aflați în dificultate.

Această nouă donație se bazează pe eforturile PepsiCo și ale Fundației PepsiCo de a sprijini comunitățile vulnerabile în perioada de vârf a pandemiei.

Pe tot parcursul anului 2022, PepsiCo va sprijini programe care au scopul de a ajuta persoanele aflate în dificultate cu 300.000 USD sub formă de granturi pentru ONG-uri recunoscute precum World Vision, Casa Bună și HORA.

#### • Rezultate/Impact

De la debutul pandemiei, compania a donat 450.000 de dolari altor parteneri de top care desfășoară proiecte umanitare care se concentrează pe comunitățile locale pentru a sprijini grupurile vulnerabile, oferindu-le mese calde și asistență medicală, ajutând în același timp și cadrele medicale din prima linie.

Acest program face parte din Food for Good, angajamentul global al PepsiCo de a promova securitatea alimentară în comunitățile în care își desfășoară activitatea compania, prin care PepsiCo își propune să asigure accesul la alimente pentru peste 50 de milioane de oameni din întreaga lume până în 2030.

## Sanofi Consumer Healthcare România

### Echilibrul tău îi dă copilului tău echilibrul!



Realizată în parteneriat cu organizația Crucea Roșie Română, campania este dedicată părinților ai căror copii sunt internați în spital sau au urgențe medicale și au nevoie de sprijin.

#### • Activitățile Proiectului

Voluntarii Crucii Roșii Române și Sanofi Consumer Healthcare au distribuit în luna octombrie kituri cadou (plușuri, măști de protecție,

dezinfectant, pleduri călduroase etc) în curțile a trei spitale de pediatrie: Spitalul Clinic de Copii „Marie Skłodowska Curie” București, Spitalul Clinic de Urgență pentru Copii „Sfânta Maria” Iași și Spitalul Clinic Județean de Urgență Târgu Mureș.

Suplimentar, Sanofi Consumer Healthcare a făcut o donație financiară de 15.000 de euro către Crucea Roșie Română pentru proiecte dedicate îngrijirii sănătății.

Parteneriatul dintre cele două entități este tradițional, fiind al șaselea an consecutiv de colaborare și al treilea an de când echipa Sanofi CHC se implică în mod direct prin voluntarii săi.

#### • Rezultate/Impact

Campania a avut și o componentă educativă, fiind distribuite flyere informative care au inclus un articol semnat de un psiholog și psihoterapeut de familie. Din acestea, părinții au putut afla recomandări utile despre cum își pot păstra echilibrul emoțional în situații dificile.

Echipele Sanofi Consumer Healthcare din toată lumea celebrează în luna octombrie „**Purpose Day**”, o campanie dedicată angajamentului de a sprijini comunitățile locale.





### • **Obiectivul Proiectului**

Finanțarea Fundației Special Olympics România cu 35.000 de euro pentru dezvoltarea unei soluții digitale care facilitează sportul de la distanță pentru copii și tineri cu dizabilități fizice și intelectuale din centre de plasament și rezidențiale.

### • **Activitățile Proiectului**

Soluția realizată se bazează pe un mix de tehnologii, astfel încât să

ajute comunicarea și sportul la distanță.

Centrele rezidențiale și de plasament în care a fost implementată soluția digitală de sport sunt din localitățile Stefănești (Argeș), Târgu Jiu (Gorj), Simeria (Hunedoara), Piatra Neamț (Neamț), Gura Humorului (Suceava) și Băbeni (Vâlcea).

Fiecare centru este dotat cu un kit de comunicare de tip videoconferință, compatibil cu majoritatea platformelor utilizate în prezent (zoom, microsoft teams, google meet, live facebook).

Sesiunile de antrenament live beneficiază de o experiență vizuală și auditivă bidirecțională datorată echipamentelor: display cu diagonală mare, cameră video integrată de ultimă generație, sistem de sonorizare performant și laptop cu conexiune la internet.

Toți cei 230 de kinetoterapeuți și îngrijitori vor beneficia de sesiuni de formare de la distanță pentru a putea înțelege etapele proiectului, dar și modul de lucru cu materialele și dotările puse la dispoziție de Fundația Special Olympics.

### • **Rezultate/Impact**

Cu ajutorul acestei tehnologii, peste 400 de copii au participat la exerciții de fitness, concursuri online, vor învăța să facă mișcări corecte și vor interacționa de la distanță atât cu antrenorul virtual, cât și cu alți copii din alte centre de plasament și sociale.

## **Fortech**

### **Recuperarea este Posibilă – Modul 2**

Fortech în calitate de finanțator, alături de Institutul RoNeuro și fizioterapeuții colaboratori – parte a Fundației pentru Studiul Nanoneuroștiințelor și Neuroregenerării, și Asociația Beard Brothers au implementat cel de-al doilea modul al proiectului de **recuperare medicală gratuită**, creat pentru pacienți care au suferit un eveniment traumatic de natură musculoscheletală.

### • **Activitățile Proiectului**

Prin intermediul campaniei, pacienții vizați au beneficiat de 20 de ședințe gratuite de reabilitare medicală, specifice afecțiunii.

Tratamentul propriu-zis este însoțit de informații educative cu privire la îngrijirea structurilor lezate în urma accidentării.

Suplimentar, cei aflați în imposibilitate de deplasare pot solicita transport în cadrul clinicii pentru desfășurarea orelor de tratament.

Ședințele se desfășoară în cadrul clinicii RoNeuro, din Cluj-Napoca, în regim 1 la 1, în cabinete individuale, corespunzător dotate, pentru a-i oferi pacientului un nivel ridicat de intimitate și siguranță în contextul pandemiei.

Modulul 2 se concentrează pe rezolvarea unor afecțiuni cu un caracter dobândit, rezultate prin accidentare. Acestea pot fi de natură neuromotorie, ortopedică sau microchirurgie reconstructivă.

### • **Rezultate / Impact**

Cazuistica întâlnită în proiectul-pilot, derulat pe parcursul anului 2021 și concluzionat la începutul toamnei, confirmă necesitatea unei astfel de inițiative și i-a determinat pe cei trei parteneri să continue colaborarea.

Dincolo de numărul mare de solicitări înregistrate, prima ediție a adus încă o dată în lumină nevoia de conștientizare și educare a pacienților cu privire la opțiunile de tratament de recuperare, care împreună cu tratamentul clasic chirurgical sau medicamentos le pot susține și accelera procesul de vindecare.

#### • Obiectivul Proiectului

Peste 400 de elevi de la licee cu profil tehnologic din Argeș au șansa de a dezvolta competențe practice de-a lungul unor stagii de practică industrială la uzinele Dacia din Mioveni.

Aceștia sunt beneficiarii ai unui program complex de educație duală, derulat de către constructorul auto și cunoscut sub numele „Construiește-ți viitorul!”. Este un proiect cofinanțat din Fondul Social European, prin Programul Operațional Capital Uman.

#### • Activitățile Proiectului

Fiecare elev primește câte o bursă lunară în valoare de 400 de lei. Alte 5 burse suplimentare, de 200 de lei, sunt acordate tinerilor care obțin rezultate bune la învățătură.

Elevii mai beneficiază de transport la și de la locul de muncă, de câte o masă caldă pe zi la locul de practică, de material didactic necesar, echipament de protecție și de lucru, de examinări de medicină a muncii, precum și de asigurare de răspundere civilă în cazul unor eventuale accidente.

La absolvirea studiilor, elevii obțin un certificat de calificare de nivel 3 și posibilitatea de a fi angajați de către companie.



Viitorul mașinilor depinde de specialiști!  
Dacia susține educația și învățământul profesional dual.



În parteneriat cu:  
Liceul Tehnologic Construcții de Mașini Mioveni  
Liceul Tehnologic Astra din Pitești



În anul școlar 2020 – 2021, 320 de elevi de la Liceul Tehnologic Construcții de Mașini Mioveni și Liceul Tehnologic Astra Pitești, pasionați de domeniul tehnic, au făcut practică pe platforma industrială Dacia.

#### • Rezultate/Impact

Absolvirea claselor de învățământ dual oferă beneficii multiple pentru elevi. Prin îndrumarea tutorilor din companie, își îmbunătățesc abilitățile personale, cum ar fi cele de organizare, comunicare și de lucru în echipă. Este o ocazie pentru elevi să își dea seama ce drum vor să urmeze după absolvire, având deja experiența interacțiunii cu mediul industrial.

## Discovery

### Susținerea elevilor din două localități defavorizate

#### • Obiectivul Proiectului

Prin intermediul inițiativei RISE (Reducing Inequality and Supporting Empowerment), o campanie globală axată pe reducerea inegalității și sprijinirea comunităților defavorizate de pe glob, Discovery își propune să faciliteze accesul la nevoile umane de bază.

Partenerul global al acestui proiect este Asociația Salvați Copiii / Save the Children, alături de care Discovery contribuie activ la dezvoltarea proiectelor de mobilitate socială cu accent pe programele de

recuperare educațională și reintegrare școlară.

#### • Activitățile Proiectului

Suma de 25.000 de dolari, donată de Discovery către Salvați Copiii România a mers către elevii din două localități defavorizate din județul Hunedoara. Aceștia au primit pachete alimentare și rechizite, iar o parte din fonduri s-a îndreptat și către dotarea centrelor de zi ale organizației.

Copiii beneficiarii ai activităților celor două centre de zi înființate în Petroșani și Petrila fac parte din comunități dezavantajate.

#### • Rezultate / Impact

Parteneriatul global al Discovery cu Save the Children urmărește să sprijine programele de educație și mobilitate socială din întreaga lume și va ajuta 10 milioane de oameni în următorii ani, în cele 22 de țări identificate ca fiind vulnerabile. Organizația Salvați Copiii crede că fiecare copil merită un viitor, oferindu-le acestora șansa unui început cu dreptul în viață, oportunitatea de a învăța și protecție împotriva pericolelor.







#### • **Obiectivul Proiectului**

Fundația Philips și Philips România au răspuns apelului inițiat de organizația Salvați Copiii și se implică în campania #DoneazăOxigen, prin furnizarea de echipamente medicale. Acestea vor fi utilizate

pentru dotarea Maternității Bucur și a Spitalului De Urgență pentru Copii „Sf. Maria”, din Iași. De asemenea, Philips oferă Organizației Salvați Copiii și fonduri pentru pregătirea de specialitate a personalului medical din cele două unități.

#### • **Activitățile Proiectului**

Donația constă în 16 monitoare de funcții vitale și 2 ventilatoare pentru îngrijirea sistemului respirator, echipamente medicale necesare secțiilor de terapie intensivă, neonatologie și pediatrie, pentru a asigura tratamentul adecvat nou-născuților și copiilor cu diferite afecțiuni. Acestea sunt cu atât mai necesare în contextul COVID-19.

În situația pandemică în care ne aflăm, când medicii sunt nevoiți să-și reorganizeze activitatea și multe maternități recurg la transferul bebelușilor născuți prematur în alte centre medicale, Philips acordă o donație suplimentară în valoare de 20.000 euro și lansează un apel către consumatori, dar și către alte organizații, pentru a contribui la susținerea cauzei #DoneazăOxigen.

#### • **Rezultate/Impact**

Echipamentele donate vor ajuta personalul medical din cele două unități medicale în asigurarea tratamentului a peste 2.000 de copii bolnavi pe an.

## **Bosch**

### **Dotarea unui laborator de Industrie 4.0 la Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca**

Fabrica Bosch din Cluj a inaugurat oficial un laborator dedicat Industriei 4.0 în cadrul Universității Tehnice din Cluj-Napoca. Acesta este dotat cu echipamente care utilizează tehnologie de ultimă oră, concepută special pentru instituții de învățământ, în scop didactic.

#### • **Buget:**

Investiția totală în noul laborator se ridică la aproximativ 280.000 de euro.

#### • **Activitățile Proiectului**

Studentii Universității Tehnice din Cluj-Napoca vor avea oportunitatea de a învăța într-un laborator prevăzut cu echipamente moderne folosite în procese de producție automatizate din industria auto. Laboratorul Bosch cuprinde o linie de producție MMS 4.0 (modular Mechatronics Training System), concepută în scop didactic, modulară, cu stații care pot fi utilizate independent sau interconectate. Aceasta facilitează înțelegerea și învățarea conceptelor de Industrie 4.0, conectivitate, modul de configurare a sistemelor de producție, cloud engineering, sisteme RFID (Identificare prin Frecvență Radio) și procese de producție automatizată.

De asemenea, laboratorul conține și un sistem multi-axe pentru simulare CNC (Computer Numerical Control – Mașină-unealtă cu comandă numerică), o stație de presare inteligentă, precum și o stație de înșurubare cu măsurare de forțe.



#### • **Rezultate/Impact**

În cadrul laboratorului, cadrele didactice vor susține cursuri care au ca scop aprofundarea și aplicarea practică a cunoștințelor teoretice, printre care: ingineria sistemelor de producție, procese industriale automate, aplicații robotice, digitalizarea industriei și Industrie 4.0, precum și fabricație inovativă pentru dezvoltarea de produse noi.

În plus, experții Bosch vor susține prezentări, workshop-uri și training-uri pe diferite teme, cum ar fi managementul calității, metodologii de rezolvare a problemelor, mentenanță, ergonomie, Industrie 4.0, management de proiect, testare automată și electropneumatică.



 **ARISTON**

— THE —  
**ARISTON  
COMFORT  
CHALLENGE**

**ÎMPREUNĂ PUTEM DUCE CONFORTUL  
CHIAR ȘI ACOLO UNDE PARE GREU DE ATINS.**

**Detalii pe: [ariston.com/ro](http://ariston.com/ro) și [crucearosie.ro](http://crucearosie.ro).**



## Sameday

### Realizarea primului locker easybox alimentat în totalitate cu energie solară

Compania a realizat locker-ul cu numărul 2000, acesta fiind și primul locker easybox alimentat în totalitate cu energie solară și dotat cu senzor de calitate a aerului. Este cunoscut că lockerurile sunt prietenoase cu mediul pentru că nu produc hârții și necesită un număr mai mic de deplasări motorizate.

#### • Activitățile Proiectului

După ce, în ultimul an, au testat diferite tehnologii de eficiență energetică pentru serviciul easybox, specialiștii Sameday au dezvoltat soluția tehnică pentru lockerul autonom împreună cu Darcom Energy, folosind echipamente Victron Energy.

Noua unitate easybox, situată în București, nu necesită bransament la rețeaua de electricitate.

Lockerul autonom include panouri fotovoltaice, care permit alimentarea directă cu energie solară și dispune de o baterie internă de capacitate ridicată, optimizată de specialiștii Sameday. Aceasta asigură funcționarea dispozitivului, indiferent de condițiile meteorologice.



De asemenea, și dotarea easybox 2.000 cu un senzor inteligent de monitorizare a calității aerului se încadrează în strategia verde a firmei.

#### • Rezultate/Impact

Compania de curierat își propune extinderea proiectului pentru a contribui la reducerea emisiilor de CO<sub>2</sub> din orașele din România și Ungaria, țări în care Sameday își desfășoară activitatea.

## Fundația Vodafone România

### Fondul pentru Fapte Bune

Prin acest program sunt finanțate proiecte care contribuie la creșterea incluziunii sociale a grupurilor vulnerabile. Proiectele sunt derulate de organizații neguvernamentale în domeniul educației, sănătății și al serviciilor sociale.

#### • Activitățile Programului

Câștigătorii celei de-a șaptea ediții a programului de finanțare Fondul pentru Fapte Bune sunt:

☑ Edushare.ro - finanțat cu 260.000 de lei și derulat de Asociația Citizen Next, oferă activități remediale sub formă de meditații online la Limba română și Matematică. Meditațiile vor fi susținute pe o platformă educațională online centrată pe „microlearning” (învățare în grupuri restrânse), pentru a-i ajuta pe elevi să recupereze cât mai mult din întârzierile în învățare provocate de pandemie.

☑ DARA - este un proiect finanțat cu 250.000 lei, derulat de Asociația Dăruiește Aripă care urmărește îmbunătățirea asistenței medicale și a calității vieții copiilor cu cancer sau cu alte patologii cronice grave din România. Platforma digitală va asigura continuarea îngrijirii medicale a copiilor după externare, în mod integrat, prin crearea de echipe multidisciplinare care să răspundă prompt nevoilor copilului, conform ghidurilor de bună practică medicală în vigoare și sub coordonarea și îndrumarea în timp real a medicilor de specialitate curanți, indiferent de locul în care se află copilul.

☑ Educație fără bullying - proiect finanțat cu 260.000 de lei și derulat de Asociația Părinților Isteți prevede dezvoltarea unei aplicații mobile pentru prevenirea violenței de orice tip în rândul elevilor, creșterea incluziunii sociale a persoanelor cu risc (etnie minoritare, persoane cu nevoi speciale, cu statut social defavorizat sau cu diferențe de gen etc.), precum și îmbunătățirea calității vieții elevilor.

☑ Suport psiho-emoțional pentru copiii bolnavi și părinții acestora - este un proiect finanțat cu 240.000 de lei și derulat de Asociația M.A.M.E. Prin acest proiect se dorește reducerea efectelor negative



cauzate de diagnosticarea cu o boală gravă în rândul copiilor, prin dezvoltarea unei platforme online ce oferă acces gratuit la resurse, sprijin emoțional și consultanță psihologică gratuită pentru copiii bolnavi și părinții lor.

☑ Centrul Comunitar ILO-Ferentari - proiect finanțat cu 260.000 de lei și derulat de Asociația Carusel, prevede un program de servicii integrate (sociale, medicale, financiare) și sustenabile, destinate persoanelor din cartierul bucureștean Ferentari și din împrejurimi, care se confruntă cu sărăcia extremă și cu alte vulnerabilități asociate.

#### • Buget:

☑ Suma totală alocată de Fundația Vodafone România pentru runda de finanțare 2020 – 2021 este de 1.270.000 de lei.

#### • Rezultate/Impact

Fondul pentru Fapte Bune este un program național bazat pe finanțare de tipul „cerere de propuneri”. De la începutul programului, în 2013, Fundația Vodafone România a acordat finanțări totale de peste 7 milioane de lei pentru 40 de proiecte, derulate de 35 de organizații neguvernamentale.



Programul își propune să contribuie în mod direct la sustenabilitatea producătorilor români și la dezvoltarea potențialului local în producția de lapte. În acest sens, compania a investit constant atât în producția de lapte de calitate din România, cât și în susținerea agriculturii locale, urmărind încă de la început ca, alături de partenerii săi, să sprijine dezvoltarea micilor fermieri.

#### • Activitățile Proiectului

În cadrul programului socio-economic **O șansă pentru familia ta** peste 220 de mici fermieri din Zimnicea, județul Teleorman sunt sprijiniți să desfășoare practici de agricultură regenerativă de către Danone România și partenerii proiectului - Fondul Internațional Ecosysteme al companiei Danone, Organizația Non-Guvernamentală Open Fields și partenerul local, Polaris Group.

Agricultura regenerativă este considerată una dintre cele mai eficiente soluții, pe termen lung, în cazul problemelor legate de eroziunea solului și capturarea gazelor cu efect de seră. Unul din beneficiile principale îl constituie creșterea fertilității naturale a solului, având un impact pozitiv atât asupra mediului, dar și asupra economiei.

Terenul total pe care se lucrează ajunge la o suprafață de peste 1000 ha, pe care se cultivă lucernă, grâu, orz, porumb boabe și porumb siloz, floarea soarelui de către fermierii din Asociația Crescătorilor de Bovine din Zimnicea.

În plus, tot în cadrul programului, la Zimnicea au fost create 4 oaze mobile - o soluție inovatoare care ajută gospodarii să crească nivelul de bunăstare al vacuțelor care pasc pe pășune, precum și calitatea laptelui.

Mai mult decât atât, pentru a spori biodiversitatea din zonă, Danone și partenerii săi au plantat 1000 de puieți de plop, nuc forestier, salcâm, frasin și sălcioară, în ultimii 2 ani, în cadrul mai multor acțiuni de plantare.

#### • Rezultate/Impact

Programul „O șansă pentru familia ta” se desfășoară de peste 9 ani, perioadă în care compania a investit peste 4 milioane de euro pentru a sprijini micii gospodari să devină producători de lapte de calitate și să își dezvolte propria lor afacere.



## Softelligence

### Susținerea Echipei Naționale de Robotică a României - AutoVortex

Susținerea financiară a Echipei Naționale de Robotică a României pentru participarea acesteia la Expoziția internațională de tehnologie și inovație Dubai 2020. Expoziția se desfășoară în perioada 1 octombrie 2021 – 31 martie 2022 și este cel mai mare eveniment de acest fel organizat în Orientul Mijlociu.

#### • Activitățile Proiectului

În cadrul Expoziției internaționale de tehnologie și inovație din Dubai, Echipa Națională de Robotică a României – **AutoVortex** va fi alcătuită din 13 persoane și va expune un robot umanoid și o serie de roboți mai mici, pe roți.

România participă la Expo 2020 Dubai cu un pavilion național dezvoltat în jurul conceptului New Nature aflat la secțiunea Sustenabilitate, fiind structurat pe trei piloni: tehnologie, mediu înconjurător și cultură, care împreună arată relația strânsă dintre umanitate și natură, relație care promovează o dezvoltare economică sustenabilă și inovația științifică.



#### • Rezultate/Impact

Susținerea Echipei Naționale de Robotică a României marchează cel de-al treilea proiect al programului de CSR „**Generation Tomorrow**” și pune accent pe educație practică și inovație.



Prin campania promoțională **De azi ai verde la fapte bune**, compania își dorește să ofere consumatorilor, alături de produsele cu tradiție ale companiei, șansa de a câștiga premii care fac bine mediului înconjurător și societății – autoturisme hibrid și trotinete electrice, precum și oportunitatea de a contribui, doar prin înscrierea în campanie, la combaterea unei probleme de mediu cu impact la nivel global – fenomenul de deșertificare.

Campania, susținută de toate mărcile cu tradiție de la Unilever, a fost lansată cu ocazia aniversării a 30 de ani de când primele produse ale companiei au intrat pe piața din România.

**Activitățile Proiectului**

Pentru fiecare bon sau factură înscrise în campanie, Unilever plantează un copac în regiunea aridă din sudul României, în comuna Mârșani din județul Dolj, alături de Plantăm fapte bune în România.

Campania a avut startul la începutul lunii iulie și a avut loc în două valuri, între 9 iulie – 15 august și între 15 septembrie – 1 noiembrie.

**Rezultate/Impact**

Prin această campanie națională Unilever își propune să continue să încurajeze românii să facă alegeri care au un impact pozitiv în activitățile lor de zi cu zi.



Ca parte din acțiunea de împădurire, compania va planta câte un copac în zona deșertică din sudul României, pentru fiecare bon sau factură înscrise în campanie, în limita a 75.000 de copaci care urmează a fi plantați în anul 2022.

În 2020, compania a susținut plantarea a 150.000 de arbori în județul Dolj, iar în 2021 au fost plantați încă 75.000 de arbori în aceeași zonă.

Unilever și Plantăm fapte bune în România și-au propus o acțiune amplă de împădurire în zona deșertică din sudul României, ce are ca scop plantarea a 300.000 de puietși până la sfârșitul anului 2022, luptând împotriva unei probleme de interes global: fenomenul de deșertificare.

De azi ai verde la fapte bune este primul proiect lansat de Unilever sub umbrela Tradiția de a face bine.

**Domestos**

Domestos susține igiena în școli

**Obiectivul Proiectului:**

Mii de copii din România nu pot folosi în siguranță toaletele școlilor sau grădinițelor în care învață, din cauza stadiului avansat de degradare a acestora și a condițiilor de igienă precare sau inexistente, realitate cu atât mai alarmantă în contextul pandemic pe care îl trăim cu toți.



Campania „Domestos susține igiena în școli” vizează asigurarea de condiții optime de igienă și siguranță a grupurilor sanitare din școlile din România.

**Activitățile Proiectului**

Prin intermediul proiectului, derulat în parteneriat cu Crucea Roșie Română, au fost renovate și construite grupurile sanitare în două școli din Alba și Vrancea.

Elevii Liceului cu program sportiv „Florin Fleșeriu”, din Sebeș, Alba și cei ai Școlii Primare Săhastru din comuna Nereju - Vrancea, sunt cei mai recentși beneficiari ai unor toalete total renovate sau reconstruite.

Ambele instituții au fost selectate în cadrul campaniei „Domestos susține igiena în școli”, ca răspuns la nevoia imperioasă de acces la toalete moderne și igienizate a elevilor.

**Rezultate/Impact**

Prin intermediul acestei campanii, până acum sute de elevi din școli beneficiare ale programului s-au bucurat de kituri cu produse de igienizare și curățenie, precum și de renovarea grupurilor sanitare sau construirea unora noi, acolo unde acestea erau în curte, în stare avansată de degradare.

Vodafone a realizat, în premieră în România, un proiect de **pădure inteligentă, conectată la rețeaua Supernet**. Pădurea, situată în județul Covasna, a fost dotată cu un sistem de monitorizare și semnalizare în timp real a sunetelor specifice exploatărilor forestiere, ceea ce ajută la combaterea defrișărilor ilegale.

#### • Activitățile Proiectului

Soluția de pădure inteligentă implementată de Vodafone are la bază sistemul dezvoltat de start-up-ul non profit Rainforest Connection. Sistemul comunică cu rețeaua Vodafone și constă într-o serie de dispozitive numite „gardieni digitali”, prevăzute cu senzori acustici care captează o gamă variată de sunete din mediul înconjurător.

Datele captate sunt trimise, prin internet, către o platformă aflată în cloud, dotată cu Inteligență Artificială.

Aplicația analizează în timp real informația primită și, dacă sunt detectate zgomote precum cele de drujbă, de autovehicule etc, care ar putea indica eventuale activități suspecte, trimite tot în timp real alerte către o aplicație instalată pe telefoanele pădurarilor și/sau către un centru de monitorizare zonal sau național.

Dispozitivele sunt instalate în segmentul superior al arborilor, într-un mod neinvaziv, sunt dotate cu panouri solare proprii care le asigură alimentarea cu energie și sunt protejate de intemperii. Un singur



dispozitiv are o rază de acoperire de 1 Km și poate preveni defrișarea a peste 3 Km<sup>2</sup> de pădure.

#### • Rezultate/Impact

Soluția le permite administratorilor pădurilor să asculte în timp real ce se întâmplă și să intervină prompt în caz de pericol.

Proiectul este parte a misiunii Vodafone de a proteja mediul și un apel la solidaritate pentru apărarea pădurilor din România împotriva defrișărilor ilegale, în linie cu noua poziționare a brandului la nivel global, „Împreună putem”.

## Raiffeisen Bank România

### Programul de Granturi Raiffeisen Comunități – ediția a XI-a



Raiffeisen Comunități este un concurs de granturi pentru proiecte de educație derulate de ONG-uri și instituții de învățământ.

În fiecare an, programul acordă granturi în valoare totală de 500.000 lei pentru proiecte de educație non-formală care pot schimba viitorul comunităților în care trăim.

#### • Activitățile Proiectului

Finanțarea a 11 proiecte de educație non-formală.

Cele 11 proiecte au fost selectate din totalul celor 129 de proiecte înscrise, de către un juriu independent Raiffeisen Bank, format din specialiști în proiecte comunitare.

Acestea sunt:

- Kidicoins – Asociația StartEvo (educație financiară)
- My School Can Be Cool – Asociația De-a Arhitectura (educație civică)
- Micii inocenți pe cont propriu – Fundația Inocenti (educație antreprenorială)

- Pregătiți pentru viață – Asociația The Social Incubator (educație profesională)
- QuickStart: Curs online de antrenat idei – Asociația ETIC (educație antreprenorială)
- Academia Civica, Asociația pentru Mobilitate Socială și Educație Democratică (AMoS ED), (educație civică)
- EduFinUPT – Îmbunătățirea educației financiare pentru studenții Universității Politehnica Timișoara – Universitatea Politehnica Timișoara (educație financiară)

- Și eu vreau să muncesc – Orientare și consiliere vocațională pentru tineri cu dizabilități – Asociația Caritas Mitropolitan Greco-Catolic Blaj (educație profesională)

- FORMrare – formarea permanentă a asistenților medicali comunitari în management de caz pentru bolile rare, Asociația Prader Willi din România (educație profesională)

- Pot deveni nevăzătorii muzicieni profesioniști?, Fundația Cartea Călătoare (educație profesională)

- Start pentru Educație nonformală profesională la Casa Experimentelor – Asociația pentru Formare (educație profesională)

#### • Rezultate/Impact

Prin programul Raiffeisen Comunități au fost acordate, până acum, finanțări totale în valoare de un milion de euro, pentru 140 de proiecte implementate în întreaga țară.





### • Obiectivul Proiectului

Programul educațional „Școala din Viitor” este dezvoltat pentru a-i ajuta pe copii să se adapteze într-o societate digitală în continuă evoluție, să descopere posibilitățile oferite de lumea digitală, dar mai presus de toate, să le arate că au puterea să fie creatorii propriului viitor.

Programul se adresează copiilor cu vârste între 6 și 12 ani și face parte dintr-o inițiativă paneuropeană de digitalizare desfășurată de Fundațiile Vodafone din Germania, Olanda, Portugalia, România, Spania, Turcia și Ungaria.

### • Activitățile Proiectului

„Școala din Viitor” este o platformă care oferă un set de activități gratuite, extracurriculare, în conformitate cu principiile metodologice European DigComp, pentru a-i familiariza pe cei mici cu abilitățile digitale și a-i ajuta să își atingă propriului potențial maxim.

Primele 20 de cursuri încărcate în platformă au teme din zona noilor tehnologii și programare și au fost preluate de la programul „DigiCraft” conceput de Fundația Vodafone Spania în colaborare cu Universitatea din Salamanca. Programul asigură resurse educațional-recreative pentru fiecare dintre actorii implicați în educația minorilor: copii, părinți și educatori.

Fiecare lecție cuprinde un ghid în care sunt prezentate: durata lecției, vârsta căreia i se adresează conținutul, gradul de dificultate (mare, mic sau mediu), instrucțiunile de pregătire a lecției, inclusiv materialele necesare (aplicații, dispozitive tehnologice, creioane, fișe de lucru etc.), obiectivele și competențele secolului 21 care sunt atinse de copii prin parcurgerea conținutului, recomandări pentru părinți sau profesori și posibilitatea de a descărca lecția în format pdf.

Metodologia se bazează pe învățarea în echipă și promovează respectul pentru mediu, reciclarea și utilizarea responsabilă a dispozitivelor. Programul urmărește și armonizarea lumii digitale cu cea analogică, propunându-se activități care nu se bazează doar pe utilizarea dispozitivelor electronice, ci implică și dezvoltarea abilităților motorii și cognitive, a gândirii logice și a muncii în echipă.

### • Rezultate/Impact

În anul școlar 2021/2022 vor fi încărcate în platformă peste 100 de lecții din zona noilor tehnologii, siguranța pe internet și programare. Conținutul din „Școala din Viitor” poate fi accesat gratuit și este pus la dispoziția publicului larg.

## Kaufland România

Susținerea creării celei mai mari picturi murale care purifică aerul, la Constanța

Pictura reprezintă un manifest împotriva poluării apelor din întreaga lume și a fost realizată în cadrul programului ecologic „Acționăm pentru Ape (A.P.A.)”, derulat de Kaufland România și Asociația Act for Tomorrow.

### • Activitățile Proiectului

Realizată în doar 30 de zile de artistul constănțean Alex Baciuc, cu sprijinul artistului vizual Ciprian Tauciuc, lucrarea de artă murală „Reflexii marine – Fața nevăzută a poluării” transformă zidul gri care înconjură plaja, într-o operă de artă, unică la nivel mondial.

Elementul principal al picturii este portretul unui om care poartă în mână un binoclu ce reflectă și scoate la suprafață deșeurile din apă, care chiar dacă nu sunt întotdeauna vizibile afectează mediul marin.

Un alt element inedit al picturii este caligrafia cuvântului Constanța, realizată special de către Sabina Kipara, artistă română specializată în design grafic, iar în partea opusă se regăsește un ecran de proiecție uriaș, având dimensiunea de 120 mp, pe care sunt proiectate filme.



### • Rezultate/Impact

Lucrată cu vopsea purificatoare Airlite, pe o suprafață de 2.000 de metri pătrați, pe zidul plajei Reyna din Constanța, pictura are capacitatea de a filtra aerul asemenea unei păduri de 88 copaci maturi.

Totodată, într-un an aceasta elimină 112 kg de oxizi de azot, absoarbe 95 de kg de CO<sub>2</sub> și neutralizează echivalentul gazelor emise de 428 de mașini Euro6.

## TenarisSilcotub

Dezvoltăm o comunitate de învățare STEM în Zalău

### • Obiectivul Proiectului:

Școală după școală TenarisSilcotub a început în 2014 și a ajuns la a șaptea ediție. Este un program de educației non-formală recunoscut în comunitate, cu un curriculum bine structurat ce pune accent pe disciplină pozitivă și stimularea interesului pentru știință.

### • Activitățile Proiectului:

Conținutul programului pune accent pe metoda STEM, Matematică prin investigație, Club de lectură, Artă și recreere.

Din cei 7 ani de experiență în proiect s-au născut încă două noi programe care dau sustenabilitate în comunitate demersului nostru: Școala de vară TenarisSilcotub și Cursul de bune practici pentru cadrele didactice, cu scopul de a transfera metodologia către educația formală.

### • Rezultate /Impact

Timpe de 7 ani peste 700 de elevi au beneficiat de programul Școală după Școală.

În 2020, 175 de elevi din comunitate au petrecut 4 săptămâni din



vacanța de vară la școală experimentând și aplicând cunoștințele explicate și demonstrate de o echipă de 13 cadre didactice cu experiență în STEM. Tematicile abordate au fost Pământul, Soarele și Luna precum și Povestea pe care o spun lucrurile noastre, educație pentru consum responsabil.

De asemenea, au fost puse bazele unei comunități de învățare și dezvoltare profesională cu peste 50 de cadre didactice la nivel de comunitate și 325 de elevi beneficiari direcți în fiecare an.

## TenarisSilcotub

Tech Teach League - Contribuim în a pregăti profesioniștii viitorului



### • Obiectivul Proiectului:

Programele de educație tehnică TenarisSilcotub crează o conexiune mai puternică între profesori și elevi pentru o învățare aplicată și adaptată la realitățile industriale actuale.

### • Activitățile Proiectului

Un număr de 37 de profesori din Călărași, Câmpina și Zalău au răspuns provocării și s-au înrolat în programul Tech Teach League. Ei vor învăța despre integrare digitală, managementul schimbării, pedagogie trans-disciplinară și crearea unei comunități de învățare activă.

Tech Teach League, un program care ajută profesorii să aibă acces la noi metode de predare și de relaționare cu noile generații de elevi.

Implementat în parteneriat cu „Școala de Valori”, programul finanțat TenarisSilcotub s-a derulat pe tot parcursul anului școlar 2020/2021. Programul a inclus atât cunoștințe teoretice, cât și experiențe

practice, pentru a facilita profesorilor integrarea acestor noi metode. Elevii de liceu din programele tehnice ale Tenaris au avut și șansa de a-și completa învățările de la clasă cu experiență practică în unitatea de producție TenarisSilcotub din Zalău în timpul unui stagiului de vară de cinci săptămâni. Studenții au avut oportunitatea de a urma cursuri la laboratoarele fabricii alături de profesorii lor tehnici și de a petrece timp la atelier, participând la întrebări și răspunsuri cu tutorii și experții TenarisSilcotub pentru a afla despre robotică și întreținere într-un mediu industrial.

### • Rezultate / Impact

După investiții în infrastructură și programe de susținere a elevilor din liceele tehnice, TenarisSilcotub a ales să sprijine cadrele didactice pentru a se dezvolta și a folosi metode de învățare inovative. Cunoștințele practice și abilitățile tehnice ajută la construirea unei baze instrumentale pentru viitorii tehnicieni.

Construirea comunităților de învățare între elevi și profesori facilitează un transfer de cunoștințe și competențe eficient.







#### • **Obiectivul Proiectului**

În continuarea misiunii de a încuraja un stil de viață responsabil, Auchan România a devenit primul retailer local care a implementat un proiect de economie circulară destinat articolelor vestimentare. Din martie 2021, Auchan a inclus în oferta sa, pe lângă colecțiile de haine deja existente în hipermarketurile Auchan, și o selecție de haine pre-purtate, în stare perfectă de comercializare, prin parteneriate cu magazine locale specializate.

Proiectul de economie circulară „**O nouă viață by Auchan**” este un concept unic pe piața locală de retail, parte a strategiei companiei de reducere a amprentei de carbon, prin intermediul căruia hainele deja purtate sunt reutilizate.

Industria textilă este responsabilă pentru 10% din poluarea cu emisii de gaze cu efect de seră și doar 1% din textilele la nivel global se reciclează.

Acest proiect are la bază cele trei principii ale economiei circulare – reducerea, re folosirea și reciclarea obiectelor vestimentare, încurajând clienții să contribuie la un viitor mai sustenabil prin achiziționarea unor haine care au mai fost îmbrăcate.

#### • **Activitățile Proiectului**

Spațiile dedicate proiectului sunt sub forma unui shop in shop, amplasate în hipermarketurile Auchan. Acestea oferă clienților o gamă variată de articole vestimentare pentru femei, bărbați și copii, iar prețurile produselor variază între 5 și 150 lei.

Toate piesele comercializate sunt colectate, selectate atent și igienizate conform standardelor în vigoare.

#### • **Rezultate / Impact**

Vânzările generate în ultimele 7 luni arată faptul că românii sunt dispuși să adopte un comportament de consum responsabil și înțeleg importanța acestuia.

Auchan vizează extinderea acestui program în toate hipermarketurile din țară, completând astfel acțiunile deja existente de reducere a poluării textile.

## **Philips România**

Descoperiri despre poluarea aerului pentru exploratori de 7-12 ani

#### • **Obiectivul Proiectului:**

Consolidarea gradului de conștientizare asupra calității aerului pe care îl respirăm.

#### • **Activitățile Proiectului**

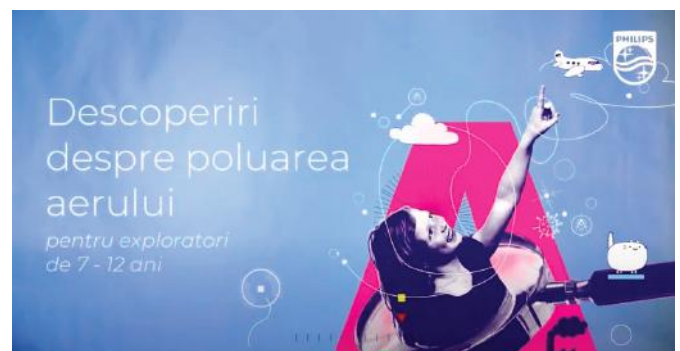
Programul a inclus, în total, peste 50 de ore de formare pentru copii, organizate într-un curriculum ce a acoperit o înțelegere de ansamblu asupra importanței responsabilității față de mediul înconjurător și sănătate, folosind metode de joc facilitate de echipa eemático, alături de Profesorii Trăsniți.

Fiecare curs a explorat o temă despre poluarea aerului: Cursul 1 – Ce este în aerul pe care îl respirăm, în oraș și în cel de acasă? Cursul 2 – Ce soluții există pentru a combate poluarea din oraș sau de acasă? Alături de informații și materiale educative, cursurile au inclus și experimente practice.

Lansat inițial pentru elevii din clasele I – VI din școli primare și gimnaziu din București, programul a continuat printr-un modul special pentru de copiii de 7 – 12 ani, înscriși individual de către părinți.

#### • **Rezultate/Impact**

Peste 2000 de elevi din școli publice și private din București au



descoperit, prin lecții interactive și experimente, ce este poluarea aerului, cum se formează aceasta, acasă sau în oraș, care sunt efectele pe care le are asupra sănătății noastre și asupra planetei, dar mai ales ce soluții există pentru un aer curat.

Programul a fost organizat sub formă de cursuri online, susținute live de formatori experimentați în programe educaționale din cadrul eemático și de invitați speciali.

Programul s-a finalizat printr-un concurs prin care elevii din clasele participante au realizat planșe de lucru cu soluții care pot contribui la reducerea poluării și la o calitate mai bună a aerului. Fiecare clasă câștigătoare a fost premiată cu un purificator de aer pentru sălile de curs din cadrul școlilor în care își desfășoară activitatea.



## • Obiectivul Proiectului:

Proiectul este dedicat dezvoltării școlilor din medii dezavantajate și este derulat în parteneriat cu Junior Achievement (JA) România.

## • Activitățile Proiectului

Dotarea a patru școli gimnaziale din localitățile Răcăciuni (Bacău), Petrești (Dâmbovița), Motru (Gorj), și Băița (Hunedoara) cu echipamente în valoare totală de 38.000 de lei.

Cele patru școli au început anul școlar cu dotări smart classroom, care oferă acces online la resurse educaționale digitale interactive.

## • Număr de beneficiar:

În perioada septembrie – decembrie 2021, în etapa a doua a proiectului, peste 4.000 de elevi aflați în etapa de tranziție de la gimnaziu la liceu au participat la activități care să îi ajute să își definească propriile interese și abilități și să își formeze o înțelegere personalizată a conceptului de succes personal – adaptat intereselor lor și bazat pe stabilirea de obiective și acțiuni.

## • Rezultate/Impact

Lansat în martie 2021, proiectul include activități pentru încurajarea atitudinii pozitive față de necesitatea educației, soluții pentru învățarea hibridă prin resurse educaționale digitale interactive și acces gratuit la **platforma de e-learning JA Inspire™**.

În perioada martie-iunie, au participat peste 6.300 de elevi din clasele VII – X, din 124 de localități.

Parteneriatul dintre JA România și Metropolitan Life pentru susținerea educației learning by doing continuă pentru al nouălea an consecutiv, cu activități care susțin incluziunea financiară, prin prevenirea abandonului școlar și educației pentru sănătate.

## MOL România

### Programul MOL de promovare a talentelor

## • Obiectivul Proiectului

Susținerea tinerelor talente din domeniile artei și sportului.

## • Activitățile Proiectului

În cadrul Programului, un solicitant poate să obțină finanțare în valoare maximă de 10.000 lei pentru a acoperi cheltuielile de transport legate de activitatea sa sportivă sau artistică sau pentru a achiziționa echipamente și materiale.

La ediția din acest an a Programului MOL de promovare a talentelor au fost înscrise 409 proiecte, prin care 1.114 de tineri sportivi și artiști au solicitat finanțare în valoare totală de peste 2.667.000 de lei. Alocarea fondului de 563.000 lei s-a făcut în urma selecției realizate de către juriile specializate din sport și artă, fiind declarate câștigătoare 186 de proiecte, prin care obțin finanțare 581 de tineri talentați.

Cele 99 de proiecte sportive sunt susținute cu suma totală de 223.000 lei, cele 53 din domeniul artelor cu 200.000 lei, iar cele 34 de proiecte din categoria de vârstă de peste 18 ani cu 140.000 de lei.

## • Buget:

563.000 lei



## • Rezultate/Impact

Tinerii susținuți prin acest program de-a lungul anilor și-au demonstrat valoarea atât la Jocurile Olimpice de la Tokyo, cât și la diferite alte competiții interne și internaționale.

În cei 16 ani de existență a programului, au fost acordate finanțări în valoare de peste 5.467.000 lei, pentru 3.062 de tineri sportivi și artiști.



# #nuepreatârziu PSP

Program de Sustenabilitate Personală

Auchan | RETAIL  
ROMÂNIA

### • Obiectivul Proiectului

Lansat în 2020 drept prima acțiune sub umbrela #nuepreatârziu, Programul de Sustenabilitate Personală (PSP) oferă tuturor celor peste 8000 de angajați ai Auchan Retail România posibilitatea de a se implica în diverse acțiuni de sustenabilitate și responsabilitate socială. Construit sub forma unui demers de mobilizare a angajaților de a se implica activ în proiecte de susținere a comunităților locale, programul PSP își propune să devină o sursă de inspirație și pentru clienții magazinelor Auchan, contribuind astfel la sprijinirea unor cauze sociale, precum și la diminuarea efectelor cauzate de problemele climatice, risipa alimentară și utilizarea în exces a plasticului.

### • Activitățile Proiectului

Programul de Sustenabilitate Personală a fost creat din dorința de a pune în valoare acțiunile responsabile deja realizate de către angajații Auchan, atât în viața personală, cât și prin implicarea în proiectele companiei de-a lungul anilor. În urma mobilizării acestora, retailerul a decis că acest program intern poate deveni o sursă de

transformare colectivă pentru un viitor mai sustenabil și inspirație și pentru clienții săi.

Clienții pot regăsi pe site-ul Auchan un calendar de sustenabilitate personală, format din numeroase acțiuni în care se pot implica, precum colectarea uleiului alimentar uzat, sortarea hainelor care nu mai sunt purtate și reciclarea sau donarea lor prin intermediul contanținerelor de colectare puse la dispoziție de Auchan, reciclarea dozelor de aluminiu prin intermediul campaniei „Și mama reciclează”, alegerea alternativelor sustenabile în detrimentul produselor din plastic sau alegerea alimentelor proaspete cu trasabilitate controlată, provenite de la producători care cultivă în condiții etice, pe care Auchan le pune la dispoziție prin intermediul filierelor sale naționale.

Primele acțiuni din noul program de sustenabilitate personală au fost lansate în luna octombrie, cu ocazia aniversării a 15 ani de la deschiderea primului magazin Auchan în România.

### • Numărul de beneficiari

Peste 8.000 de angajați

### • Rezultate / Impact

La acțiunile de sustenabilitate personală din 2021 au luat parte peste 2400 de angajați Auchan România. Acțiunile lor au vizat:

- donarea colectivă de sânge: 534 donatori (angajați Auchan)/ 240 Litri donați/ 1600 de vieți salvate
- solidaritate socială
- protejarea mediului
- susținerea alimentației sănătoase
- solidaritatea alimentară
- voluntariat.

## Cosmopolis

Renovarea centrelor de plasament din Râmnicu Sărat

### Obiectivul Proiectului:

60 de copii vor avea condiții de trai mult mai bune și șansa să își trăiască din plin copilăria.

Peste 400 de motocicliști, Cosmopolis și vedete au pus umărul la renovarea a cinci centre de plasament din Râmnicu Sărat

### Activitățile Proiectului

Peste 400 de motocicliști, membri ai comunității Bikers for Humanity, au fost implicați în renovarea totală a celor cinci centre de plasament din Râmnicu Sărat, județul Buzău. Pe parcursul anului 2021, cele cinci centre de plasament, care găzduiesc 60 de copii, au trecut printr-un amplu proces de modernizare, atât la nivel de structură, zidărie, acoperiș, cât și îmbunătățire a exteriorului.

Cu sprijinul Cosmopolis au fost înlocuite acoperișurile celor 5 centre și a fost refăcut sistemul de colectare pentru apa pluvială.

Lucrările de renovare au fost finalizate în această toamnă, după ce voluntarii Bikers for Humanity au lucrat la construcția de garduri noi, văruierea pereților exteriori, înlocuirea gresiei, reamenajarea curților și locurilor de joacă, respectiv amenajarea de noi spații verzi și plantarea de flori.



### Budget:

În total, au fost investiți peste 56.000 de euro pentru renovarea celor cinci centre de plasament.

### Rezultate / Impact

Copiii care locuiesc în aceste centre de plasament se vor putea bucura de noile locuri de joacă ce au acum panouri pentru baschet, mese de tenis, teren pentru badminton, umbrare și mese cu băncuțe. Practic, cei 60 de copii beneficiază de condiții moderne de trai.

### • **Obiectivul Proiectului**

Pentru a veni în sprijinul eforturilor de a reconstrui viitorul copiilor proveniți din medii vulnerabile și familiilor acestora, Auchan l-a adus în magazinele sale pe **castorul Titi**, o jucărie de pluș pusă pe fapte bune. Scopul lui Titi a fost să aducă o bucurie clienților, cât și hrană, îmbrăcăminte și încălțăminte, suport pentru efectuarea temelor și materiale educaționale pentru copiii din grija Fundației FARA prin programul Combaterea Sărăciei prin Educație.

Astfel, pentru fiecare jucărie de pluș Titi achiziționată, Auchan a donat câte 7 lei către Fundația FARA.

### • **Activitățile Proiectului**

Castorul Titi a putut fi achiziționat din orice hipermarket Auchan, din magazinele MyAuchan din benzinăriile Petrom sau comandat din magazinul online auchan.ro sau aplicația Auchan. Prețul unui castor Titi a fost de 24,90 lei.

Campania de strângere de fonduri a beneficiat de o comunicare 360, castorul Titi fiind promovat intens atât în social media, cât și pe TV, newslettere, comunicare internă și prin intermediul liderilor de opinie.

Pentru fiecare jucărie de pluș achiziționată, Auchan a donat câte 7 lei către Fundația FARA, care s-a asigurat ca banii să fie folosiți cu înțelepciune pentru nevoile copiilor: să aducă bucurie și speranță în viața lor.

### • **Numărul de beneficiari**

200 de familii defavorizate

### • **Rezultate / Impact**

Castorul Titi a reprezentat un efort comun al Auchan România și

Auchan RETAIL ROMÂNIA

Auchan donează 7 Lei la fiecare jucărie cumpărată pentru copiii îngrijiți de Fundația FARA

24,90 LEI

DONEAZĂ BUCURIE PENTRU COPIII CARE AU NEVOIE DE SPRIJIN

\*Perioada campaniei: 30 septembrie - 31 decembrie, în limita stocului disponibil.

Fundației FARA cu scopul de a veni în sprijinul copiilor proveniți din medii vulnerabile și care au nevoie de sprijin educațional, familial și social.

Campania s-a desfășurat în mai multe etape, începând din 30 septembrie 2020. Până la finalul lunii iulie 2021, Auchan a donat peste 443.000 lei Fundației FARA, în cadrul programului "Combaterea Sărăciei prin Educație", desfășurat în comuna Baia și comuna Preutești, județul Suceava, prin activități periodice de educație (after school), asigurare hrană, produse de igienă, materiale educaționale, îmbrăcăminte și încălțăminte necesare copiilor din peste 200 familii defavorizate.

## **City Park Mall**

Acțiunea de ecologizare #Mulțumesc! Plaja Ta

### • **Obiectivul Proiectului**

Inițiativa de ecologizare face parte din campania #Mulțumesc! Plaja Ta, derulată pentru a ne bucura de plaje curate și a încuraja un comportament responsabil față de plaje și mediul marin, cu mai puține deșeuri. Campania este organizată în parteneriat cu Asociația Constanța ReStart și Zoom Beach.



### • **Activitățile Proiectului**

Peste 200 de conștanțeni au participat la acțiunea de ecologizare a plajelor din Constanța. Voluntarii au ecologizat zona dintre plajele Modern și Reyna - Plaja Modern, Plaja Neversea, Zoom

Beach, Plaja Trei Papuci.

În continuarea campaniei, City Park Mall a sprijinit acțiunea de plantare de copaci a Asociației Constanța ReStart în Ovidius Park.

### • **Rezultate/Impact**

La finalul acțiunii, trei tone de deșeuri au fost colectate de pe plaje, cele mai întâlnite fiind materialele plastice – pungii, capace, pahare, paie, recipiente, dar și mcurile de țigară și hârtia.

Inițiativa #Mulțumesc! Plaja Ta face parte din campania Natura unui MULȚUMESC!, un demers la nivelul tuturor centrelor comerciale din grupul NEPI Rockcastle care constă în implementarea unui sistem de colectare selectivă pentru reciclarea corectă a deșeurilor menajere, reducerea plasticului și a risipei alimentare din food court-urile tuturor centrelor comerciale atât din România, cât și la nivel de grup.







### • **Obiectivul Proiectului**

Implementat în luna iunie a anului 2020, programul **Zero Risipă** reprezintă una dintre acțiunile majore ale companiei Auchan Retail România cu scopul de a reduce risipa alimentară. Potrivit studiilor Organizației pentru Alimentație și Agricultură a Națiunilor Unite, anual, la nivel global, 1,3 miliarde de tone de mâncare sunt aruncate, în timp ce în România o treime din alimente ajunge la gunoi. Risipa de alimente are nu numai costuri sociale, economice și de mediu ridicate, ci și consecințe etice.

Obiectivul programului Zero Risipă, implementat de Auchan, este salvarea de la risipă a minimum 800 de tone de alimente din comerț în fiecare an. De asemenea, retailerul și-a propus ca, pe termen lung, în magazinele sale să nu se risipească niciun aliment, iar pubelele să fie goale.

Țelul acestui program este sensibilizarea consumatorilor legat de magnitudinea impactului risipei alimentare asupra mediului înconjurător, dar și asupra economiei și a costurilor de pe întreg lanțul de

distribuție: de la producător, până la clientul final. De asemenea, prin Zero Risipă, retailerul și-a propus creșterea nivelului de conștientizare cu privire la un consum responsabil, cu scopul de a preveni și de a combate risipa alimentară.

### • **Activitățile Proiectului**

Proiectul presupune identificarea zilnică a alimentelor cu termen de valabilitate scurt, dar care sunt în perfectă stare de consum conform legislației, și comercializarea acestora la prețuri avantajoase. Pe produsele din această categorie se aplică o etichetă galbenă, cu noul preț redus, acestea fiind ulterior expuse în zonele speciale din magazine marcate cu simbolul Zero Risipă.

Zero Risipă a devenit acum parte din ritualul operațional al angajatului ce are ca scop siguranța și securitatea alimentară, aspect care se perpetuează în fiecare dimineață de către fiecare angajat din fiecare perimetru al magazinelor. Numărul de angajați implicați în acest proiect este de peste 1000, iar perioada efectivă de pregătire și implementare a proiectului a fost de 7 luni.

### • **Rezultate / Impact**

În primele șase luni de la începerea programului Zero Risipă (august 2020 - ianuarie 2021), Auchan România, împreună cu clienții săi, a economisit peste 1,4 milioane de alimente, echivalentul a 406 tone de produse și peste 812.000 de mese complete, evitând producția de 1.016 tone de emisii de gaze cu efect de seră.

Până la 30 septembrie 2021 programul a contribuit la:

- 4.061.146 de produse salvate
- 2.567.908 de mese salvate
- 3.210 tone de CO<sub>2</sub> evitat.

## **Alka Group**

*Poate te place – campanie de educare privind violența împotriva femeilor*

### • **Obiectivul Proiectului**

Scopul proiectului este acela de a oferi adolescentelor încredere în sine și încurajarea acestora să devină agenți ai schimbării în comunitățile lor.

### • **Activitățile Proiectului**

Demarat de World Vision România, cu sprijinul financiar al Alka Group, proiectul se va desfășura pe toată durata anului școlar 2021 – 2022 și presupune susținerea unor sesiuni lunare individuale și de grup pentru 50 de adolescente din zece comunități rurale ale județului Ialomița.

Sesiunile sunt susținute de specialiști în relații sociale, asistenți sociali, psihologi, reprezentanți ai mai multor asociații specializate în promovarea, respectarea și apărarea drepturilor femeilor, dar și de experți din cadrul Poliției Române și Agenției Naționale Împotriva Traficului de Persoane.

Sesiunile adresează tematici precum: educarea tinerelor (stimă de sine, autocunoaștere, igienă și îngrijire personală, relaționare și abilități sociale), problematica violenței (înțelegerea formelor de violență și identificarea de soluții), orientarea vocațională (identificarea de



abilități, orientare în carieră, public speaking) consiliere psihologică individuală, școlară, socială și socio-emoțională.

### • **Rezultate/Impact**

Proiectul va fi extins și în celelalte județe unde este desfășurat programul „**Vreau în clasa a 9-a**”.

Specialiști din cadrul Poliției Române vor susține pe tot parcursul anului școlar sesiuni de informare pentru liceenii din proiect.



Eduard Novak,  
campion paralimpic

Sportclub  
Miercurea Ciuc

Liga Națională de  
Handbal Feminin

Programul  
Spații Verzi



LIGA  
FLORILOR

Heliport Spital  
"Marie Curie"



Muzeul Național  
"GRIGORE ANTIPA"



Program MOL pentru  
sănătatea copiilor



Program MOL de  
promovare a talentelor



Donăție Spital  
Miercurea Ciuc



Premiul Mentor  
pentru excelență  
în educație



10 ani de  
MOLuntariat



Contează unde alimentezi!

# MOL ROMÂNIA, MEMBRU DE ÎNCREDERE AL COMUNITĂȚILOR





### • Obiectivul Proiectului

Programul vizează dezvoltarea turismului sportiv din Reșița și Caraș-Severin

### • Activitățile Proiectului

În programul dezvoltat sub umbrela RO Bike Valley și implementat cu

srijinul Primăriei Reșița au participat 11 antreprenori și viitori antreprenori locali care și-au prezentat propunerile de afaceri ce conectează turismul și sportul pentru zona locală.

Programul, desfășurat exclusiv online, a oferit participanților 4 ateliere de lucru, ce au îmbinat sesiunile de inspirație cu instrumente de lucru ghidate de Florin Ghindă, trainerul programului. Acestea au avut rolul de a testa și dezvolta ideile de afaceri propuse de participanți, astfel încât să evolueze într-o formă cât mai fezabilă pentru implementare.

Câștigătorul primei ediții și cel care a obținut finanțarea de 10.000 de euro este Raul Cojocar. Afacerea locală propusă de acesta are în vedere dezvoltarea business-ului existent, Move Mountains - Școala de schi & snowboard ce își desfășoară activitatea în trei stațiuni din Caraș-Severin - Văliug, Semenic și Muntele Mic. Obiectivul afacerii urmărește dezvoltarea turismului sportiv și, printre altele, reducerea accidentelor pe pârtie, prin colaborarea cu instructori atestați și creșterea calității serviciilor oferite atât pentru publicul local, cât și internațional.

### • Rezultate / Impact

Prima ediție-pilot a căutat să susțină dezvoltarea spiritului antreprenorial local, a inițiativelor conexe sportului și turismului și, mai ales, să încurajeze potențiali sau actuali antreprenori din zona locală să își extindă sau să dezvolte de la zero o afacere care îmbină creșterea accesului pentru turismul sportiv cu dezvoltarea și valorizarea potențialului atractiv al zonei.

## OMV Petrom

România plantează pentru mâine



### • Obiectivul Proiectului

Campania de plantare, care a început în luna martie 2020, se derulează pe parcursul a trei ani.

### • Activitățile Proiectului

În toamna 2021 au avut loc plantări în 19 localități din 13 județe: Berveni (Satu Mare), Parcul Natural Văcărești și Colegiul Media (București), Comarnic, Brazi, Ploiești, Scorțeni, Urlați (Prahova), Talpa (Teleorman), Giurgiu (Giurgiu), Moinești (Bacău), Urziceni (Ialomița), Ovidiu (Constanța), Mărăcineni, Berca (Buzău), Mănești (Dâmbovița),

Celaru, Breasta (Dolj), Buftea (Ilfov), Vasilații (Călărași).

A acțiunile de împădurire se desfășoară cu sprijinul a șase ONG-uri recunoscute pentru contribuțiile aduse protecției mediului înconjurător din România - Act for Tomorrow, Mai Mult Verde, Plantăm Fapte bune în România, Pădurea Copiilor, Viitor Plus și Asociația Parcul Natural Văcărești.

### • Buget:

4,6 milioane de euro / trei ani.

### • Rezultate/ Impact

În cadrul campaniei „România plantează pentru mâine” au fost dezvoltate alte trei proiecte pilot în România: plantarea pădurilor miniaturale urbane, primul studiu care măsoară stocarea emisiilor de carbon prin păduri, în colaborare cu Forest Design și o componentă educațională destinată apropierei elevilor de natură: pădurea educațională.

Rolul pădurilor urbane este acela de a stoca emisiile de carbon, de a îmbunătăți calitatea aerului, de a reduce zgomotul, de a crește biodiversitatea și de a preveni efectul de seră. Prima pădure urbană a fost plantată în primăvară la Moinești, urmând ca, în lunile noiembrie și decembrie, să fie plantate în Buftea, în Giurgiu și la Colegiul Media din București alte trei păduri urbane.

**Ajută un copil să beneficieze de operația care îi va schimba viața!**

gsk | Smile Train  
ÎMPREUNĂ SCHIMBĂM VIEȚI

Ionuț, operat la Marie Curie

UN PRODUS CUMPĂRAT  
1 Leu  
1 LEU DONAT CĂTRE SMILE TRAIN

SENSODYNE  
parodontax  
Aquafresh  
COREGA

#### • Obiectivul Proiectului

Campania “Zâmbetele schimbă vieți”, derulată împreună cu Asociația Smile Train, își propune să contribuie la asigurarea tratamentului pentru copiii născuți cu despicătură de buză și palat.

În același timp, campania urmărește să crească notorietatea asociată afecțiunii, precum și creșterea gradului de educare a medicilor stomatologi în privința tratamentului pe care aceștia îl pot oferi, înainte și după corecția chirurgicală a despicăturii de buză și/ sau palat.

#### • Activitățile Proiectului

Campania lansată în România susține parteneriatul global prin donarea a câte 1 leu pentru fiecare produs de igienă orală cumpărat în luna iunie 2021, fiind implicate toate produsele de igienă orală GSK Consumer Healthcare comercializate în România: Sensodyne, parodontax, Aquafresh și Corega.

În același timp, și angajații GSK Consumer Healthcare au avut opțiunea să doneze pentru a susține cauza, iar suma adunată a fost dublată de companie.

Pe lângă contribuția financiară importantă care susține operațiile copiilor afectați de despicătură de buză și/sau palat, parteneriatul urmărește și creșterea gradului de notorietate a afecțiunii în rândul consumatorilor și experților și susține igiena și sănătatea orală în rândul pacienților, ca parte a îngrijirii generale a sănătății.

De asemenea, în cadrul campaniei s-au desfășurat și o serie de webinarii dedicate medicilor stomatologi, organizate pe subiecte legate de tratamentul despicăturii de buză și/sau palat al copiilor până la 18 ani.

#### • Rezultate/Impact

Ambiția comună a GSK și Smile Train în România este să creeze cadrul și oportunitatea ca fiecare copil cu despicătură de buză și/sau palat să fie tratat în siguranță și cât mai repede posibil.

În România, se estimează că 1 din 600 de copii se naște cu despicătură de buză și/sau palat, aproximativ 350 de copii în fiecare an.

## Altex

Susținerea elevilor din Câmpina cu măști și tablete

#### • Obiectivul Proiectului

Altex România a sponsorizat Primăria Municipiului Câmpina cu tablete performante și măști de protecție ridicată, în valoare de aproape 85.000 de euro.



#### • Activitățile Proiectului

Altex a donat 138 de tablete performante. Acestea au ajuns la copiii din clasele I-IV de la școlile din Câmpina, ce provin din familiile vulnerabile. Elevii vor fi susținuți, astfel, în procesul educational, fie că se desfășoară fizic, fie online.

De asemenea, cele 50.000 de măști de protecție vor fi împărțite elevilor din ciclul primar și ciclul gimnazial de la toate școlile din localitate.

#### • Rezultate/Impact

Fundația Altex, înființată de retailer în 2020, a încheiat un protocol de colaborare cu Ministerul Educației și Cercetării privind sprijinirea unităților de învățământ, în vederea desfășurării activității școlare în condiții de siguranță. Peste un milion de măști și 32.000 de costume de protecție au fost donate în baza acestui protocol, către școli și licee din toată țara.





### • Obiectivul Proiectului

Dorna a anunțat un nou angajament asumat pe termen lung, ca parte a strategiei sale de sustenabilitate – devenind apa care are grijă de ape. În acest sens, Dorna derulează o amplă campanie de curățare a râurilor din România.

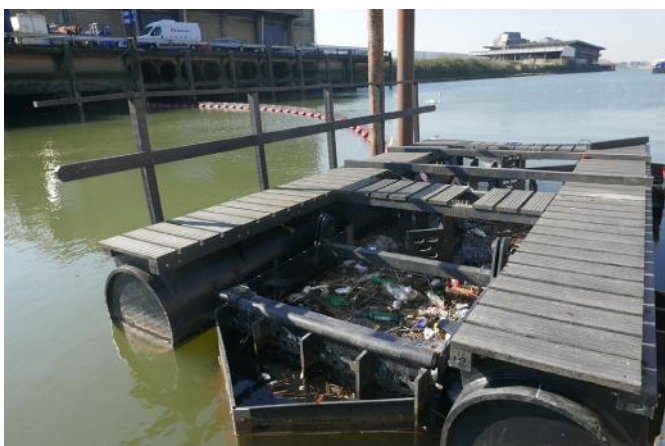
### • Activitățile Proiectului

Campania, inițiată în parteneriat cu Administrația Națională Apele Române și dezvoltată cu suportul organizațiilor non-guvernamentale CSR Nest România și Clear Rivers – Olanda, se va desfășura etapizat și va presupune instalarea unor dispozitive inovatoare de colectare a deșeurilor transportate de apele râurilor.

În prima etapă a acestei campanii sunt vizate două dintre cele mai importante râuri ale țării, respectiv Ialomița și Dâmbovița.

Dispozitivele plutitoare, dezvoltate de organizația non-profit Clear Rivers din Olanda, extrag deșeurile din apă într-un mod pasiv: ele nu necesită energie sau intervenție umană pentru funcționare, ci se bazează exclusiv pe vânt și pe curenții din apă, care împing deșeurile în interiorul dispozitivelor.

Cunoscute sub denumirea de The Litter Trap, aceste dispozitive sunt, de fapt, niște sisteme plutitoare, capabile să capteze gunoii de la



suprafața apei până la adâncimea de 1 m sub apă.

Creșterea capacității de colectare se face cu ajutorul unor brațe plutitoare, întinse pe lățimea râului, pentru a acoperi o suprafață cât mai mare.

Deșeurile astfel captate sunt direcționate către o “capcană” de unde, odată colectate, nu mai pot scăpa înapoi pe suprafața râului, chiar dacă curentul își schimbă direcția, ele fiind blocate printr-un sistem inovator cu ușă semi-închisă.

Capcanele sunt realizate, la rândul lor, din plastic colectat de pe ape și reciclat ulterior. Această caracteristică transformă aceste dispozitive în produse “circulare”: colectarea deșeurilor plutitoare se face astfel cu ajutorul plasticului colectat anterior de pe cursurile altor ape.

Odată puse în funcțiune, dispozitivele vor putea colecta până la 5 metri cubi de deșeurii în fiecare zi (pentru un singur dispozitiv), cantitatea putând varia în funcție de mai mulți factori, cum ar fi tipul și greutatea plasticului colectat, condițiile meteorologice, curenții de apă și vânt etc.

Deșeurile acumulate de fiecare dispozitiv vor fi, ulterior, trimise la stația de sortare și apoi redirecționate către fabricile de reciclare pentru a fi transformate în materiale noi sau, în cazul obiectelor degradate, către cele care valorifică deșeurile de ambalaj prin incinerare.



### • Rezultate/Impact

Dincolo de impactul direct asupra mediului prin inovarea ambalajelor, reutilizarea resurselor și măsurile pentru reducerea poluării, obiectivul Dorna este de a convinge cât mai mulți oameni să participe la această schimbare, prin adoptarea unui comportament responsabil față de mediu și însușirea principiilor colectării separate.

Inițiativa Dorna se înscrie, astfel, sub viziunea platformei de sustenabilitate a Sistemului Coca-Cola, Dupa Noi - #NuNeOprimAici.

Dorna are în vedere continuarea campaniei și în 2022, când, pe lista apelor curățate, vor fi adăugate și alte râuri din țară.



#### • Obiectivul Proiectului

Îmbunătățirea stării de sănătate și accesul la servicii stomatologice de calitate pentru populația tânără, cu vârsta cuprinsă între 10 și 30 de ani, din localitățile Tașca, Bicazul Ardelean și Bicaz Chei.

#### • Activitățile Proiectului

Proiectul prevede asigurarea de servicii stomatologice, în mod gratuit, pentru mii de copii și tineri cu risc social din județul Neamț, în cadrul clinicii Dental Life Social.

Clinica este rezultatul unei investiții de peste 80.000 de euro, buget susținut de HeidelbergCement România, și este alcătuită din două

cabinete, unul pentru pediatrie, iar altul de chirurgie maxilo-facială, pentru tratamente extinse, ambele dotate cu echipamente de ultimă generație.

Copiii și tinerii cu risc social, luați în evidența autorităților pentru sprijin financiar, pot beneficia de consultații, extracții, detrajări, tratamente de canal sau tratamente de profilaxie și multe altele.

Primăria comunei Tașca a asigurat spațiul de 90 metri pătrați necesar cabinetului și asigură furnizarea de utilități apă, energie termică, electricitate, cu titlu gratuit în baza parteneriatului încheiat cu Asociația Volunteers for Life.

În acest an, serviciile medicale sunt asigurate în baza unor contracte de voluntariat de un medic stomatolog și un medic chirurg stomatolog.

Personalul medical și asistentele vor intra, pe termen lung, în responsabilitatea celor trei primării, care, începând de anul viitor, în baza unei hotărâri de consiliu local, urmează să angajeze cel puțin doi medici și un asistent medical.

Proiectul este derulat în parteneriat cu Asociația Volunteer for life.

#### • Rezultate / Impact

Peste 4.000 de copii și tineri cu risc social din județul Neamț pot beneficia gratuit de servicii stomatologice, în cadrul clinicii Dental Life Social.

## BAT

### Alege asumat un oraș curat

Campania BAT, derulată în parteneriat cu Primăria Municipiului Ploiești și Green Academy, are ca obiectiv creșterea nivelului de conștientizare a faptului că simple gesturi, precum aruncarea chiștocului la scrumieră în loc de stradă, pot contribui semnificativ la protejarea mediului.

#### • Activitățile Proiectului

Montarea a 212 de scrumiere stradale în Municipiul Ploiești, special create pentru colectarea selectivă a mucerilor de țigară. Acestea sunt amplasate în centrul pietonal, în parcuri, pe Bulevard și în alte locuri unde se fumează de obicei pe stradă.

Modelele de scrumieră stradală amplasate în municipiul Ploiești au fost create de artiști români și premiate în cadrul concursului național de design organizat în acest an de revista de arhitectură igloo. Conceptul designului scrumierei de stâlp sugerează ideea unui stup, în care gesturile individuale se reunesc pentru binele comun.

Ploiești este cel de-al patrulea oraș care se alătură acestei campanii, după București- prin Sectorul 3, Iași și Constanța.

#### • Rezultate/Impact

Mucerile de țigară colectate selectiv în cele 200 de scrumiere



stradale speciale din Municipiul Ploiești vor fi valorificate energetic.

De la debutul campaniei, peste două tone de chiștoace au fost colectate selectiv în scrumierele stradale amplasate în cele trei orașe partener. Mucerile de țigară colectate sunt stocate în containere de plastic și transportate la stația de sortare, de unde sunt transmise împreună cu alte deșeuri valorificabile energetic către fabrici de ciment, în vederea valorificării prin incinerare cu recuperare energetică. Datorită compoziției, mucerile de țigară vor arde în totalitate, filtrele performante ale incineratorului blocând degajarea în atmosferă a oricăror gaze nocive.



Cu ocazia celei de-a 21-a ediții a Festivalului Brazilor de Crăciun, organizată de Salvați Copiii România, în parteneriat cu Muzeul Național de Artă al României, Lidl România a licitat patru brazi realizați de către artiști și designeri români.

Suma donată de retailer în urma licitațiilor este de aproximativ 500.000 lei și consolidează Fondul de solidaritate pentru copiii vulnerabili, organizat de Salvați Copiii pentru ca dreptul celor mici la servicii sociale, de educație și de sănătate să fie real și nediscriminatoriu.

### • Activitățile Proiectului

Pentru a da mai departe elevilor și profesorilor de la școlile implicate în programele desfășurate împreună cu ONG-urile partenere bucuria sărbătorilor, Lidl România a donat cei 4 brazi către Asociația pentru Valori în Educație, Teach for Romania și World Vision Romania. ONG-urile se numără printre partenerii strategici ai retailerului, cu care acesta desfășoară programe pe termen lung prin care contribuie la asigurarea unei educații echitabile tuturor copiilor.

Brazii licitați, care vor fi amplasați în școlile implicate în programele ONG-urilor sunt:

**1. Bradul „Copacul Magic”,** semnat de Elevii Școlii Gimnaziale Step by Step & Dhaniel Nora. Lucrarea realizată de elevii Școlii Gimnaziale Step by Step și Dhaniel Nora spune povestea unui copac trist, desfrunzit, găsit de copii veseli și buni. Cu grijă, iubire și dedicare, copiii readuc la viață copacul, iar, în semn de mulțumire, îngerii ascunși în inima arborelui îi binecuvântează și le dăruiesc cadouri. Câteva dintre aceste daruri au rămas lângă copac, pentru alți copii buni și plini de iubire.

Bradul a fost licitat cu aproximativ 50.000 lei și va fi donat de către Lidl România organizației World Vision România, pentru a fi amplasat într-o școală din județul Vâlcea, școală ce face parte din programul



Pâine și Mâine.

**2. Bradul „Oameni schimbă-lume. O biografie a speranței.”,** realizat de Iulia Totoianu, cu sprijinul Libris.ro. Lucrarea este tabloul unei societăți pictate cu educație, bunătate, înțelegere, toleranță, modestie și mai presus de toate, cu altruism.



Bradul achiziționat cu 250.000 lei de către Lidl România va fi donat către Teach for Romania, pentru a-i surprinde pe elevii profesorilor schimbă-lume susținuți de organizație, din Școala Gimnazială nr. 1 din Fundeni.

**3. Bradul „Atelierul lui Moș Crăciun”** - Lucrarea realizată de arhitecta Ana Mohonea și artista Maria Mohonea prefigurează atelierul lui Moș Crăciun, locul de unde acesta răspunde la scrisori și întocmește listele de cadouri destinate copiilor. Spațiul, funcțional, poate fi folosit ca un mic birou pentru elfii Moșului, dar și pentru copiii care au nevoie de un birou și un loc propice creației.

Bradul achiziționat cu 25.000 lei de către Lidl România va ajunge prin intermediul Asociației pentru Valori în Educație la o școală din județul Bacău.

**4. Bradul Speranță - Brăduțul Salvați Copiii,** realizat de copiii din programele organizației, cu sprijinul Ștefaniei Mircea, ascunde sub crengile sale daruri pentru fiecare copil, oferindu-le tuturor speranță, magie și aripi pentru viitor. Bradul este realizat din părți mobile care reprezintă dezvoltarea și mișcarea continuă, iar spațiile goale reprezintă copiii care nu au ajuns încă la școală și pentru care ne luptăm zi de zi.

Bradul câștigat de Lidl România cu suma de 175.000 lei, brad la care au contribuit financiar și alte companii, așa cum s-a întâmplat și în anii trecuți, va ajunge la elevii și profesorii din Școala Gimnazială Hărpășești, din comuna Popești, județul Iași, care este implicată în programul desfășurat de Teach for Romania, pentru a celebra speranța pe care o oferă educația și potențialului imens al oricărui copil.

\*\*\*

Încă de acum 10 ani, Lidl România și-a asumat misiunea de a investi în susținerea programelor care creează un viitor mai bun pentru societate. Implicarea companiei în comunitățile locale se desfășoară sub deviza Pentru un viitor mai bun și urmărește patru direcții strategice: Mediu, Educație, Servicii de urgență, Programe strategice în comunități, prin sprijinirea financiară a unor ONG-uri care dezvoltă programe-cheie, de durată și cu anvergură națională. Lidl România contribuie la dezvoltarea durabilă a României, așa că un domeniu cheie în care compania investește este educația. De exemplu, retailerul are parteneriate pe termen lung cu ONG-uri precum Teach for Romania, Step by Step, World Vision, Asociația pentru Valori în Educație, Salvați Copiii, acestea fiind câteva dintre organizațiile cu care compania desfășoară programe pentru a asigura educație de calitate, echitabilă și incluzivă și tuturor copiilor.

De-a lungul anilor, Lidl România a susținut Organizația Salvați Copiii cu peste 2.400.000 lei.



#### • Obiectivul Proiectului

Reabilitarea bazelor Salvamont, a posturilor și refugiilor montane prin mijloace sustenabile, cu materiale durabile și de calitate.

#### • Activitățile Proiectului

Programul „Suntem dedicați planetei”, în cadrul căruia s-a semnat parteneriatul, se va derula pe parcursul a 2 ani.

Prin intermediul acestui parteneriat, Wetterbest va sprijini proiectul Salvamont de refacere a acoperișurilor bazelor montane cu sisteme complete de învelitori metalice pentru acoperișuri, care asigură o izolare mai bună și sunt rezistente la condițiile meteorologice de la altitudini mari.

De asemenea, Wetterbest va susține financiar montarea de panouri fotovoltaice în posturile și refugiile Salvamont care nu dispun de energie electrică.

#### • Buget:

50.000 de euro, pentru reabilitarea acoperișurilor bazelor montane.

#### • Rezultate/Impact

Aigurarea unor condiții mai bune de muncă pentru salvamontiști, pentru a putea fi mai eficienți în ajutorul oferit turiștilor.

Întrucât starea bazelor, posturilor sau refugiilor Salvamont este în permanență afectată de factorii naturali specifici zonei montane se impune, în permanență, realizarea de lucrări de reabilitare cu materiale de cea mai bună calitate.

\*\*\*

Începând din 2021, Wetterbest a aderat la programul „Suntem dedicați planetei”, susținut la nivel global de Grupul Kingspan. În cadrul acestui program, în companie au fost instalate panouri solare care ajută la reducerea emisiilor de carbon cu 77 tone pe an și au fost plantați peste 1200 puieți în județul Prahova.

Intern, compania Wetterbest a lansat o inițiativă de reducere a consumului de apă și a echipat toate unitățile de producție cu containere pentru colectarea selectivă a deșeurilor.

#### • Obiectivul Proiectului

Inițiativa sparge stereotipurile programării și demonstrează că o carieră în IT înseamnă mult mai mult decât scrierea liniilor de cod. Programul își propune, de asemenea, să promoveze egalitatea de gen în școli și astfel să încurajeze un număr mai mare de eleve să urmeze o carieră în domeniul tehnologiei.

#### • Activitățile Proiectului

Inițiată de Google în România în parteneriat cu Asociația Adfaber, seria de traininguri online Mind the Gap oferă gratuit elevilor din clasele VII-X mentorat pentru o carieră în tehnologie.

Trainingurile din program se vor desfășura într-o serie de sesiuni/traininguri online, live și ulterior, o sesiune de mentorat pentru elevii implicați. Trainerii sunt voluntari, angajați Google care lucrează în birourile din Europa sau America.

Trainerii Mind The Gap le vor prezenta elevilor cum arată viața la Google, le povestesc și le oferă trucuri din domeniul tehnologiei. De asemenea, elevii vor avea parte de cursuri care mai de care mai interesante, de la inteligență artificială până la experiența userului pentru jocurile video.

Cursurile din cadrul programului Mind the Gap sunt: inteligență artificială, design al experienței utilizatorului / interfețelor grafice,



experiența userului pentru jocurile video, programare, tehnologii Cloud, managementul timpului și proiectelor cu ajutorul instrumentelor IT, sfaturi pentru carieră, viața la Google, cum să devii un cercetător în IT.

#### • Rezultate/Impact

Mulți adulți sunt nevoiți să investească timp și bani pentru a putea urma o carieră în cele mai căutate domenii. Acum elevii au șansa să le urmeze gratuit, încă de pe băncile școlii și primesc și diplomă de participare. Elevii din clasele VII-X se pot înscrie în programul Mind the Gap doar cu ajutorul profesorilor sau părinților.



**Școala siguranței Tedi** este un program educativ inițiat și implementat de către compania Maspex Romania, prin brandul Tedi și care se desfășoară în parteneriat cu Ministerul Educației și cu Poliția Română, prin Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității.

Acest program educativ se adresează elevilor de clasa I și are ca obiectiv consolidarea informațiilor privind siguranța școlarilor care s-ar putea confrunta cu pericole în drum spre școală, la școală, acasă, în timpul vacanțelor sau online.

În perioada 2015-2021, de-a lungul celor 6 ediții ale campaniei Școala siguranței Tedi, au participat aproximativ 215.000 de elevi de clasa I din toată țara.



Ca o noutate, anul trecut a fost introdus un capitol suplimentar, "Igiena corpului și a minții", alcătuit atât din noțiuni teoretice cât și din activități și exerciții menite să le ofere elevilor, cadrelor didactice și părinților un sentiment de siguranță referitor la contextul pandemic actual.

Programul Școala siguranței Tedi nu are drept scop învățarea pe de rost a unor informații, ci asimilarea unor cunoștințe și dezvoltarea unui set de abilități la care copilul să apeleze în diverse situații.

Parteneriatul cu Ministerul Educației și cu Poliția Română, prin Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității asigură adaptarea tuturor materialelor elaborate de Tedi la vârsta copiilor și respectarea dreptului acestora la o educație de calitate.

#### • **Activitățile Proiectului**

Suportul didactic este asigurat de Tedi și constă în materiale necesare desfășurării programului la clasă concepute astfel încât să respecte modul de învățare specific elevilor de clasa I - prin jocuri și activități educative. Toate materialele sunt în format electronic și sunt transmise gratuit, prin e-mail, după finalizarea înscrierii.

Materialele pot fi folosite atât în predarea directă la școală cât și la orele desfășurate online.

Acestea sunt structurate astfel:

- broșură pentru cadrele didactice, împreună cu scenariile de activități;
- cartea cu activități pentru copii;
- diplomă pentru copii
- pliant cu informații pentru părinți;
- certificatul pentru școală, care atestă participarea la program;
- 5 filmulețe realizate ca suport pentru desfășurarea activităților la clasă.

De-a lungul anului școlar au fost desfășurate și lecții deschise online sau în format fizic, la care au fost invitați mascotă Tedi, polițiști și diferiți bloggeri de parenting.

Implicarea învățătorilor și a elevilor este răsplătită de către Tedi prin premii surpriză.

#### • **Numărul de beneficiari**

Pentru ediția a 6-a a Școlii siguranței Tedi (2020-2021) au fost înscriși 34.041 elevi și 1.500 de cadre didactice.

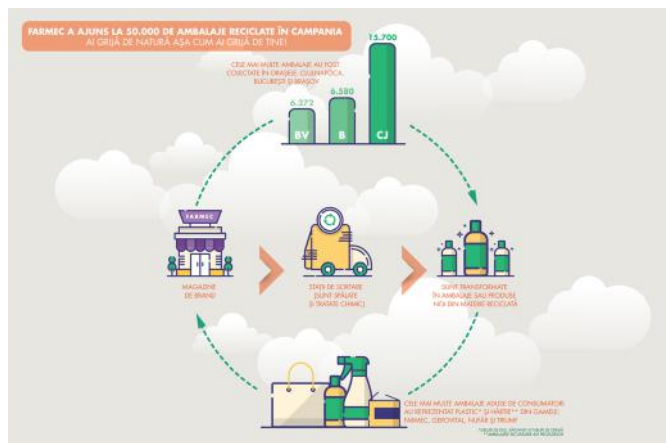
Numărul de beneficiari indirecti: cel puțin 34.000 de părinți.

#### • **Rezultate / Impact**

Elevi de clasa I din toată țara înscriși în program s-au implicat cu mult entuziasm în activitățile propuse de Tedi pentru a-și însuși informații utile privind siguranța lor.

Cadrele didactice au transmis peste 27.000 fotografii cu activitățile realizate de aceștia.





### • Obiectivul Proiectului

Returnarea ambalajele produselor utilizate, pentru a închide astfel ciclului de viață al produselor din portofoliul Farmec. Inițiativa este un demers de responsabilitate socială pentru reciclarea ambalajelor produselor din portofoliul propriu. Campania se derulează în propriile magazine unde sunt amplasate recipiente de colectare pentru deșeurile de ambalaje din hârtie, plastic, sticlă, metal și aluminiu.

### • Activitățile Proiectului

La patru ambalaje din portofoliul Farmec aduse spre reciclare în magazine de brand din țară, consumatorii sunt răsplățiți cu un produs cadou. Pentru a putea fi reciclate, recipientele trebuie golite de conținut, clătite și curățate. Campania a fost lansată sub formă de program-pilot în 2020, în

cinci magazine de brand Farmec și Gerovital din Cluj-Napoca, Târgu Mureș și Oradea și extinsă la începutul anului 2021 în peste 30 de unități din toată țara.

După ce ambalajele sunt aduse la punctele de colectare din magazinele de brand, acestea sunt ridicate de firmele de colectare și duse la stațiile de sortare, unde ambalajele care conțin urme de produs sunt spălate și tratate chimic. Mai departe, sticla este spartă în cioburi și separată pe culori, iar plasticul este topit și transformat în granule. Aceste materiale sunt folosite pentru a da viață unor ambalaje sau produse noi, din materie reciclată și reintroduse în economie. Prin colectarea lor, fiecare contribuie la păstrarea unui mediu cât mai curat, lipsit de deșeuri, care se degradează într-un timp îndelungat și pot afecta întregul ecosistem.

### • Rezultate/Impact

Din luna aprilie, când demersul de responsabilitate socială a fost extins la nivel național, au fost reciclate 50 de mii de ambalaje. Cele mai multe au fost colectate în Cluj-Napoca – 15.700, București – 6.580 și Brașov – 6.272.

Cele mai multe ambalaje aduse de consumatori la punctele de colectare au fost din materiale de plastic – geluri de duș, săpunuri, tuburi de creme – și din hârtie – ambalajele secundare ale produselor din gamele Farmec, Gerovital, Nufăr și Triumf.



## ENGIE România

### Instalarea de panouri fotovoltaice, pentru 20 de familii nevoiașe

### • Obiectivul proiectului

Derulat în parteneriat cu asociația Micul Geniu, proiectul oferă acces la energie electrică regenerabilă provenind de la soare pentru 20 de familii care trăiesc în sărăcie extremă.

### • Activitățile Proiectului:

Proiectul pilot, derulat în opt județe, ajută familiile care se află într-o situație financiară foarte dificilă și care erau nevoite să recurgă la surse de iluminat pe bază de petrol lampant, nocive pentru sănătatea lor și cu potențial ridicat de accidente.

Locuințele respective nu erau prevăzute cu nicio sursă de energie electrică, fapt pentru care instalarea de panouri fotovoltaice este soluția durabilă și autonomă ce le va permite să își producă, fără costuri asociate, energia electrică necesară pentru consum.

Famiile pentru care a fost implementată această soluție sunt majoritar monoparentale, cu copii înscriși într-o formă de învățământ.

În această perioadă, în care învățământul online prevalează, accesul



la energie condiționează accesul la educație, creând în acest fel premisele ieșirii din cercul vicios al sărăciei extreme.

### • Rezultate/Impact

Prin acest proiect, ENGIE își reconfirmă angajamentul față de necesitatea educației pentru viitor, cât și de implementarea de soluții de energie verde, prietenoase cu mediul înconjurător și sustenabile.





#### • **Obiectivul Proiectului**

Susținerea organizației SOS Satele Copiilor România - pentru a asigura un cămin și perspectiva unei cariere pentru tineri.

#### • **Activitățile Proiectului**

Alăturându-se inițiativei globale AkzoNobel "Let's color", Fabryo a început în 2021 colaborarea cu SOS Satele Copiilor România.

Cooperarea constă în proiecte și asistență pentru SOS Satele Copiilor la nivel național, prin care se oferă sprijin financiar, donații de materiale de construcții și vopsele decorative. De asemenea, angajații companiei se vor implica, pe bază de voluntariat, în renovarea unor case existente în satele asociației.

Mai mult decât atât, Fabryo s-a alăturat programului „YouthCan!” care aparține SOS Satele Copiilor România. În cadrul acestui program angajații Fabryo oferă cunoștințe, mentorat și oportunitatea de a face „job shadowing” (de a observa cum se desfășoară și în ce constă activitatea anumitor departamente din companie) pentru tinerii care urmează să facă un pas de la copilărie la stadiul și stilul de viață de adult.

Astfel, angajații Fabryo vor oferi sprijin adolescenților veniți din SOS Satele Copiilor România pentru a-i ajuta:

- să descopere zona de afaceri a companiei
- să înțeleagă cum funcționează un plan de afaceri, procesele și pașii de la stadiul de producție la cel de vânzare către magazine și până când produsele ajung în casele oamenilor.

- să descopere diferitele roluri și responsabilități în cadrul companiei în toate departamentele.

#### • **Rezultate/Impact**

Inițiativa vrea să le ofere tinerilor o perspectivă asupra diferitelor meserii asociate domeniului construcțiilor și vopselelor decorative, să trezească interes și să-i sprijine să intre cu încredere în viața profesională.

În cadrul atelierelor de mentorat, angajații Fabryo îi îndrumă pe tineri pe diferite teme care ar putea apărea atunci când devin adulți activi. Un subiect este legat de potențialele strategii de adaptare la un nou loc de muncă, cum să faci față provocărilor și să construiești relații armonioase cu compania și colegii.



## Fundația Globalworth

Primul centru Hi-Tech la Universitatea de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu”



Prin amenajarea **centrului Hi-Tech** destinat viitorilor arhitecți, fundația își propune să aducă prestigioasa Universitate de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu”, București, la nivel european competitiv din toate perspectivele: cercetare, proiectare și educație.

### • Activitățile Proiectului:

Soluția dezvoltată la Hi-tech Learning Center se bazează pe un mix de tehnologii, astfel încât să răspundă nevoilor specifice:

- ☑ Un spațiu modular renovat și dotat cu o soluție completă de VR, prin care studenții își pot construi și comunica propunerile
- ☑ Primul studio de producție virtuală care oferă universității un nou mediu virtual prin care studenții nu mai sunt limitați la proiectarea spațiului fizic

- ☑ Un sistem de videoconferință care permite profesorilor și studenților să comunice în timp real cu alte cadre universitare din exteriorul universității
- ☑ Imprimante 3D destinate fabricației de prototipuri și machete, unde studenții își pot testa practic proiectele
- ☑ Posturi de lucru ergonomice și mobile dotate cu 22 de calculatoare și software performant
- ☑ O soluție pentru capturi de date - fotografii, scanare 3D și fotogrammetrie

Hi-Tech Learning Centre este dotat cu tehnologii digitale din domeniul proiectării, combinate astfel încât să răspundă optim cerințelor specifice universității: educație, cercetare, proiectare.

### • Rezultate/Impact:

Datorită noului laborator, peste 3.500 de viitori arhitecți vor avea la dispoziție anual tool-uri moderne în proiectare și tehnologii care pot schimba domeniul arhitecturii și mediul în care trăim.

Parteneriatul cu Universitatea de Arhitectura și Urbanism „Ion Mincu” face parte din programul de responsabilitate socială a companiei de a susține mediului academic din România și de a dezvolta noile generații de arhitecți.

Până în prezent, Fundația Globalworth și compania Globalworth au alocat peste 740.000 de euro pentru burse de studii și documentare pentru cadre didactice, competiții internaționale și proiecte speciale.

## Holcim România

Casă de tip familial construită împreună cu Fundația Hope and Homes for Children

Grupul Holcim România a susținut construcția celei de-a 115-a case de tip familial și prima construită în județul Sibiu de către Fundația Hope and Homes for Children, în care vor locui tineri fără familii sau posibilități.

### • Activitățile proiectului

Proiectul s-a desfășurat în parteneriat cu Consiliul Județean Sibiu și cu Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Sibiu (DGASPC), care au pus la dispoziție terenul pentru ridicarea casei.

Interiorul casei a fost mobilat și decorat în întregime cu produse oferite de retailerul JYSK România.

Odată cu finalizarea construcției și darea în folosință, fundația Hope and Homes for Children donează casele de tip familial partenerului cu care colaborează, în acest caz DGASPC Sibiu, dar continuă să aplice planurile de acomodare, pregătite împreună cu membrii de personal pentru fiecare copil în parte.

### • Rezultate/Impact

12 tineri, care locuiesc în Centrul de Plasament din comuna Orlat (județul Sibiu), s-au mutat în noua locuință din orașul Sibiu,



bucurându-se de un spațiu prietenos și cald, pe care îl vor putea numi „acasă”.

Casa din orașul Sibiu este cea de-a treia locuință construită cu ajutorul financiar al grupului Holcim România, primele două case fiind date deja în folosință, în București (2018) și în Neamț (2019). Parteneriatul dintre Holcim România și fundația Hope and Homes for Children a început în 2017.

Până în prezent, în total, au fost donați 600.000 de euro pentru ridicarea celor trei locuințe de tip familial.





Acest sprijin permite, în primul rând, continuitatea activității de performanță pentru a asigura un flux permanent de membri la lotul național de juniori, dar și în desfășurarea activității de natație a celor circa 1.000 de practicanți ai natației de nivel formare, perfecționare și master legitimați în cadrul cluburilor din Municipiul Pitești și Județul Argeș afiliate la Federația Română de Natație și Pentatlon Modern (FRNPM).

### • Rezultate/ Impact

Peste 1.000 de sportivi legitimați în cadrul mai multor cluburi argeșene afiliate la FRNPM, se vor putea antrena și în sezonul rece, în condiții excelente.

### • Obiectivul Proiectului

Susținerea performanței sportivilor legitimați în cadrul cluburilor argeșene de natație

### • Activitățile Proiectului

Compania a finanțat cu peste 500.000 lei acoperirea bazinului de înot de 50 de metri din incinta ștrandului Costache Negri din Pitești.

Banii au fost utilizați pentru achiziția și montarea unui balon presostat, respectând programul de antrenament al sportivilor.

Astfel, bazinul din incinta ștrandului Costache Negri din Pitești este pregătit pentru sezonul rece.



## Arctic

### Susținerea Spitalului din Găești pentru procurarea de oxigen

Compania Arctic a răspuns apelului pe care reprezentanții Spitalului l-au lansat în comunitate și în care au solicitat ajutor pentru a putea face față valului patru al pandemiei.

### Activitățile Proiectului

Arctic și-a asumat, prin echipa sa de leadership, rolul de a mobiliza și inspira și alte companii – parteneri sau afaceri din zonă – să se implice și să ajute sistemul medical. Cinci parteneri au răspuns acestui apel. Companiile Curent Metal, Nicprem Impex, Kablutronik și ALC Inject Polistiren au alocat fiecare câte 45.000 de lei, Roel SRL a contribuit cu 20.000 de lei, iar Arctic s-a implicat și a oferit 90.000 de lei.

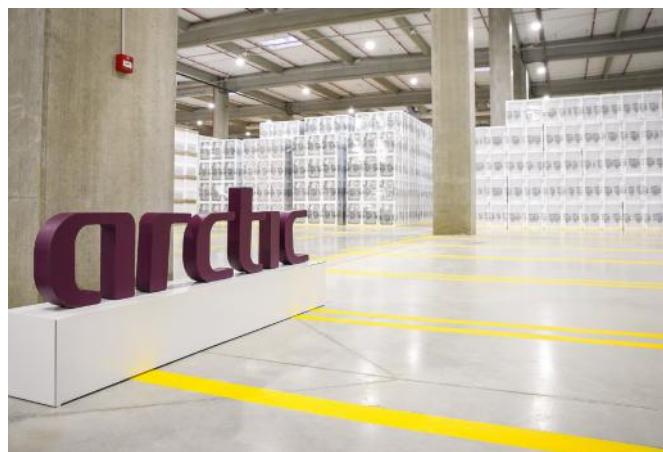
### Bugetul Proiectului

Suma strânsă se ridică la 290.000 de lei și a acoperit necesarul de oxigen al Spitalului din Găești pentru două luni.

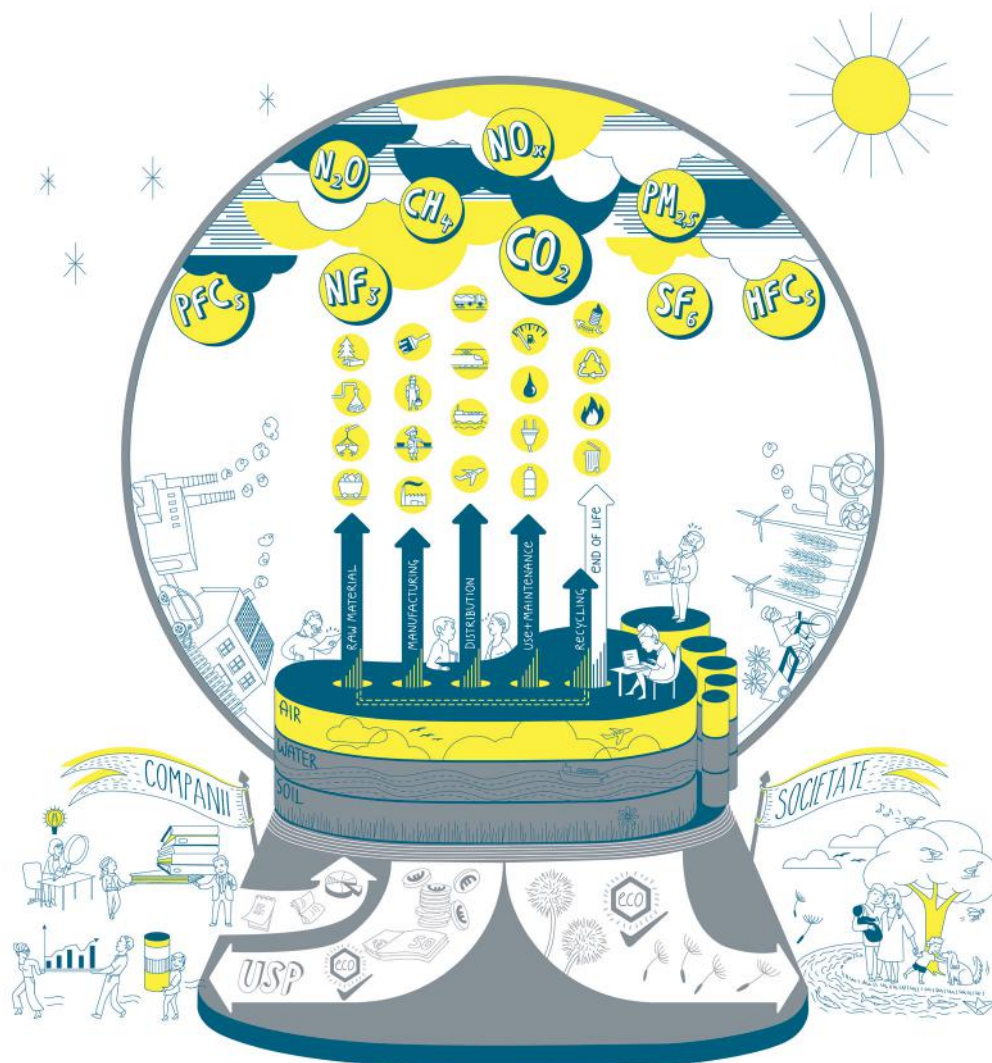
### Rezultate/Impact

Inițiativa Arctic face parte dintr-o campanie amplă derulată de companie la nivel național - Arctic pentru sănătate - demarată în

martie 2020. Arctic a pus la dispoziția spitalelor până acum aproximativ 1.400 de produse electrocasnice în valoare de peste 1,5 milioane de lei, cu scopul de a susține efortul echipelor medicale în lupta împotriva crizei generate de COVID-19. Cea mai recentă inițiativă de acest fel a avut loc în luna august, când compania a asigurat Spitalul Clinic de Urgență pentru Copii „Grigore Alexandrescu” electrocasnicele de care avea nevoie.



Felicitări tuturor celor care au contribuit prin acțiuni sustenabile la schimbarea în bine!



*Vă mulțumim pentru parteneriat și de abia așteptăm să vă fim alături în proiectele viitoare!*





Janssen 

PHARMACEUTICAL COMPANIES OF

*Johnson & Johnson*