

Implicarea
face
diferența.



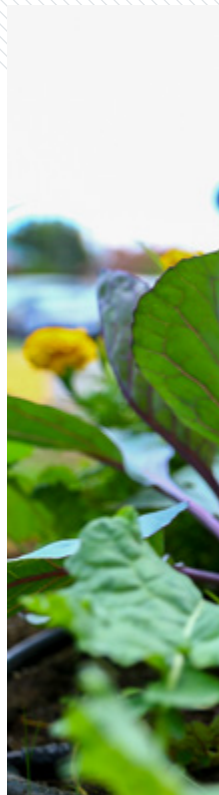
Kaufland

PO VES TEA

BINE LUI

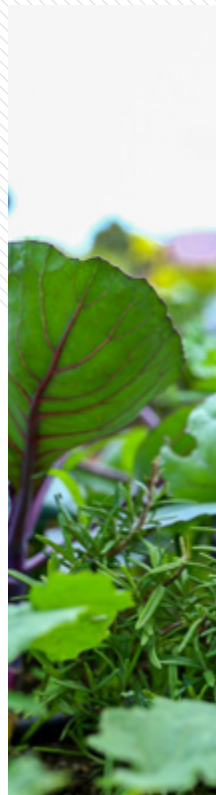
INVESTIȚII COMUNITARE 2021
Kaufland România

CUPRINS



Introducere

4



Responsabilitate socială

6



Abordarea noastră

12



Investiția noastră comunitară 2021

14



Proiectele noastre

18



Programe de finanțare

226

Despre raport

5

Ce ne ghidează:
pilonii reponsabilității
sociale corporative ai
Kaufland România

6

Stakeholderi și aflieri

8

Strategia de investiții
comunitare a
Kaufland România

13

Organizare și
eligibilitate

13

Cuvânt înainte

20

Educație

22

Mediu

44

Social

68

Sport & Sănătate

142

Cultură

190

În Stare de Bine

228

Start ONG

236

INTRO DUCERE



Kaufland este una din cele mai mari companii de retail din Europa, parte a Grupului Schwarz, cu peste 1350 de magazine în 8 țări.

Cu o vechime de 16 ani în țară, Kaufland este liderul pieței de retail din România și operează un număr de **147 de magazine** în 2021.

Implicarea în comunitățile
în care activăm a fost
mereu o prioritate,
iar aceasta a crescut
constant, odată cu
dezvoltarea activității
companiei noastre.

În 2021, am continuat să susținem dezvoltarea celor cinci direcții strategice de investiție în comunitate și ne-am implicat în proiecte ce vizează educația, protecția mediului înconjurător, teme sociale, sport & sănătate și cultura.

Ne-am implicat atât în proiecte de anvergură, implementate de parteneri de tradiție, cât și în proiecte noi, dar care au avut un scop comun – susținerea celor care au nevoie cel mai mult de ajutorul nostru.

DES PRE

RAP ORT



Acesta este al 6-lea raport de investiții comunitare al Kaufland România. Raportul analizează investițiile comunitare ale companiei și prezintă integrat inițiativele sociale aferente anului financiar 2021.

Astfel, informațiile prezentate acoperă perioada 1 martie 2021 – 28 februarie 2022. Proiectele finanțate în această perioadă, dar care nu au fost încă implementate sau sunt în curs de implementare vor fi prezentate în raportul de investiții comunitare aferent anului 2022.

Raportul urmează metodologia GRI, folosită pentru raportul de sustenabilitate al companiei aferent anului 2021, și prezintă proiectele de investiții comunitare conform cu afilierea noastră la Global Compact. Proiectele conținute de acest raport sunt prezentate în acord cu Obiectivul de Dezvoltare Durabilă pe care acestea îl susțin.

Pentru a asigura transparența datelor prezentate în raport, acestea au fost colectate în urma răspunsurilor organizațiilor partenere la un chestionar, la baza căruia stau standardele SRS, GRI (Global Reporting Initiative) și LBG (London Benchmarking Group). Acolo unde informațiile nu au fost disponibile sau partenerul nu a răspuns solicitărilor noastre, au fost prezentate informații referitoare la activitățile desfășurate în cadrul proiectelor, nu și impactul pe care acestea le-au avut asupra beneficiarilor, mediului sau asupra asociației.

În 2021, am inclus o delimitare clară a beneficiarilor direcți și a celor indirecti. Astfel, beneficiarii direcți sunt persoanele care au participat/ beneficiat direct de activitățile proiectului, iar beneficiarii indirecti sunt acele persoane care nu sunt ținta directă a activităților implementate, însă beneficiază indirect de rezultatele proiectului. Numărul total al beneficiarilor

proiectelor implementate include persoanele include atât beneficiarii direcți raportați de asociațiile partenere la finalul proiectului, cât și beneficiarii direcți estimați înainte de finalizarea proiectelor.

Pentru analiza bugetelor anuale ale asociațiilor partenere, am folosit cursul valutar mediu aferent anului 2021, acolo unde a fost cazul (pentru conversia în lei a cifrelor comunicate în euro).

Raportul a fost elaborat cu sprijinul echipei The CSR Agency.

Pentru întrebări sau sugestii cu privire la acest material, vă rugăm să ne scrieți la presa@kaufland.ro.

RESPONSABILITATE SOCIALĂ

Pilonii responsabilității sociale corporative în Kaufland România

În calitate de jucător important pe piața de retail din România, avem responsabilitatea față de toți stakeholderii noștri să acționăm cu corectitudine, să implementăm practici de business sustenabile și să ne implicăm în dezvoltarea comunităților unde ne desfășurăm activitatea.

Ne-am luat angajamentul să lucrăm pentru a pune bazele unei României puternice și sustenabile, de aceea direcția noastră de investiții comunitare este compusă din 5 piloni centrali: educație, mediu, social, sport & sănătate și cultură. Schimbările fundamentale au loc în timp, de aceea ne concentrăm asupra proiectelor de amploare și care au continuitate.

Pilonii CSR ai Kaufland România

educație

- prevenirea abandonului școlar
- sprijinirea copiilor din medii defavorizate în vederea facilitării accesului la educație
- dezvoltarea unor competențe, abilități, calificări, care îmbogățesc programa școlară
- programe complementare, extracurriculare adresate tinerilor
- activități educaționale de remediere în contextul COVID-19

mediu

- promovarea utilizării mijloacelor de transport alternativ
- promovarea reciclării și a consumului responsabil
- acțiuni de ecologizare în scopul conștientizării unui comportament responsabil
- REset – strategia internațională a Grupului Schwarz privind plasticul

social

- dezvoltarea comunităților
- susținerea și sprijinirea unor grupuri vulnerabile în diverse aspecte ale vieții (locuință, sănătate, asigurarea bunurilor de bază)

sport & sănătate

- promovarea unui stil de viață sănătos și a unei nutriții adecvate
- susținerea activităților sportive
- îmbunătățirea condițiilor din sistemul sanitar
- asigurarea accesului la servicii medicale persoanelor defavorizate

cultură

- promovarea culturii și a artei autohtone
- susținerea artiștilor fără putere financiară proprie
- sprijinirea evenimentelor culturale cu scop social/ caritabil

STAKEHOLDERI ȘI AFILIERI

Susținerea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă ale Global Compact

Obiectivele de Dezvoltare Durabilă au fost lansate și adoptate de statele membre ale Națiunilor Unite în anul 2015. Concepute ca o hartă pentru a ne ghida drumul în abordarea provocărilor majore cu care umanitatea se confruntă la nivel mondial, cele 17 Obiective sunt însoțite de 169 de ținte și 231 de indicatori, care ajută la monitorizarea și măsurarea progresului anual.

Activitatea noastră este asociată cu 5 din cele 17 obiective, care se regăsesc și în strategia noastră la nivel de grup: zero foamete, sănătate și bunăstare, educație, creștere economică, producție și consum sustenabil.

OBIECTIVUL #2



„ZERO” FOAMETE

Eradicarea foametei, asigurarea securității alimentare, îmbunătățirea nutriției și promovarea unei agriculturi sustenabile.

Este un obiectiv cheie pentru noi, care se materializează prin inițiativele pe care le avem pentru susținerea fermierilor și agricultorilor români, prin educarea consumatorilor și prin îmbunătățirea sistemelor interne pentru a combate foametea.

- Prevenirea abandonului școlar
- Sprijinirea copiilor din medii defavorizate în vederea facilitării accesului la educație
- Dezvoltarea unor competențe, abilități, calificări, care îmbogățesc programa școlară
- Programe complementare, extracurriculare adresate tinerilor
- Activități educaționale de remediere în contextul COVID-19

OBIECTIVUL #3



SĂNĂTATE ȘI BUNĂSTARE

Asigurarea unei vieți sănătoase și promovarea unui stil de viață care să susțină sănătatea la orice vârstă.

Un stil de viață sănătos și o alimentație sănătoasă contribuie la o stare de sănătate bună. Facem eforturi și investiții pentru a ne asigura că orice client poate lua decizii informate atunci când cumpără din magazinele noastre și că poate găsi alimente conforme cu dieta sa.

- Mărci proprii certificate
- Produse bio, proaspete de la furnizori locali
- Marcă proprie de produse axate pe sănătate (K-Free)
- Audituri de calitate și siguranță la furnizorii de produse proprii
- Campanii și programe ce încurajează un stil de viață sănătos

OBIECTIVUL #4



EDUCAȚIE DE CALITATE

Garantarea unei educații de calitate pentru toți și promovarea oportunităților de învățare de-a lungul vieții.

Înțelegem că putem face diferența în România și de aceea am decis să inițiem și să susținem cauze legate de educație și ocuparea forței de muncă. În același timp, ne asigurăm că oferim angajaților noștri oportunități de instruire și dezvoltare profesională.

- Susținem comunitățile locale prin investiții în proiecte educaționale
- Susținem ocuparea forței de muncă prin parteneriate academice
- Le oferim angajaților noștri programe de dezvoltare și învățare continuă

OBIECTIVUL #8



MUNCĂ DECENTĂ ȘI CREȘTERE ECONOMICĂ

Promovarea unei creșteri economice susținute, deschise și sustenabile, a ocupării depline și productive a forței de muncă și condiții de muncă decente pentru toți.

Kaufland România este un agent al dezvoltării economice. Ca atare, susținem structurile care pun în valoare dezvoltarea capitalului uman și mediile de lucru care aduc satisfacție.

- Etică și cultură organizațională bazate pe un cod de conduită
- Conformitate, siguranță și gestionarea riscurilor
- Investiții în angajați
- Evaluăm constant performanța în ceea ce privește mediul de lucru și condițiile de muncă oferite angajaților
- Extinderea rețelei de magazine în zone subdezvoltate
- Măsuri pentru asigurarea incluziunii sociale (angajarea persoanelor cu dizabilități etc.)

OBIECTIVUL #12



CONSUM ȘI PRODUCȚIE RESPONSABILĂ

Asigurarea unor tipare sustenabile de consum și producție.

Kaufland România se concentrează pe susținerea, aderarea, dezvoltarea și aplicarea unor sisteme de monitorizare și gestionare a producției de resurse într-o manieră durabilă.

- Reducerea consumului de apă
- Reducerea risipei de hrană
- European Supply Chain Initiative



Susținerea stakeholderilor strategici ai companiei

COMUNITĂȚI LOCALE

- Sprijin acordat comunităților locale, proactiv și reactiv
- Asumarea rolului de agent al schimbării și al inovării sociale în comunitățile în care compania activează
- Partener pentru societate

CLIEȚI

- Susținerea sănătății și siguranței consumatorilor prin măsuri integrate
- Sortiment ales în acord cu interesul în creștere al clienților pentru mâncarea sănătoasă, evaluarea și etichetarea produselor
- Peste 50% produse locale
- Servicii pentru o experiență ușoară și plăcută la cumpărături

ANGAJAȚI

- Implicarea angajaților în acțiuni de voluntariat
- Politici puternice de resurse umane
- Integrarea angajaților în deciziile strategice
- Dezvoltarea de abilități și competențe
- Mediu de lucru corect
- Angajator de Top

FURNIZORI

- Susținerea furnizorilor locali
- Susținerea agriculturii locale

ABORDAREA NOASTRĂ

Strategia de investiții comunitare a Kaufland România

Programele de responsabilitate socială reprezintă o componentă cheie în strategia companiei noastre. Credem că lumea poate fi un loc mai bun prin implicarea fiecăruia. De aceea, în 2018, am lansat platforma „Implicarea face diferența”, sub umbrela căreia sunt comunicate toate acțiunile de responsabilitate socială și investiții comunitare.

Prin proiectele derulate în ultimii ani, am urmărit crearea de noi oportunități și îmbunătățirea vieții oamenilor din comunitățile în care ne desfășurăm activitatea, sectoarele majore în care ne-am implicat fiind educația, protecția mediului,

zona socială, sportul și sănătatea, cultura. Investim în proiecte pe termen mediu și lung, deoarece schimbările importante pot să apară doar în urma unui efort susținut.

La baza strategiei noastre de sprijin comunitar stau parteneriatele pe care le avem cu asociațiile neguvernamentale. Acestea propun acțiuni, programe și proiecte din domeniile în care ne implicăm, pe baza unei analize care să evidențieze care sunt activitățile propuse, cine sunt beneficiarii și care este impactul asupra acestora. La sfârșitul perioadei de desfășurare a proiectului, partenerii revin cu un raport în care descriu situația de înainte și de după implicarea Kaufland, precum și rezultatele concrete obținute.

Monitorizăm în permanență impactul pe care îl avem și comunicăm în mod constant cu toți stakeholderii noștri. Pe lângă publicarea anuală a raportului de investiții comunitare, transmitem periodic la nivel de grup informații privind proiectele, măsurile și inițiativele de susținere comunitară pe care le implementăm.

Organizare și eligibilitate

Pentru a evalua și selecta mai ușor proiectele de implicare în societate, în 2016 am pus bazele comitetului CSR. Acesta se reunește o dată la trei săptămâni și include câte un reprezentant din fiecare departament, cu un interes demonstrat pentru zona de CSR, numit de conducerea companiei.

Comitetul revizuieste strategia de responsabilitate socială care este transmisă de la grupul Kaufland și, în acord cu aceasta, stabilește direcțiile de implementare. Comitetul are rolul de a analiza și evalua aplicațiile pentru finanțare primite de companie, folosind criterii clare pentru a evalua zone de interes, iar propunerile sunt supuse la vot.

Proiectele care depășesc un milion de lei sunt trimise spre aprobare către Consiliul de Administrație, iar Directorul General are drept de veto la oricare dintre proiecte.

INVEȘTIȚIA

NOASTRĂ

COMUNITARĂ

2021

NR. PROIECTE



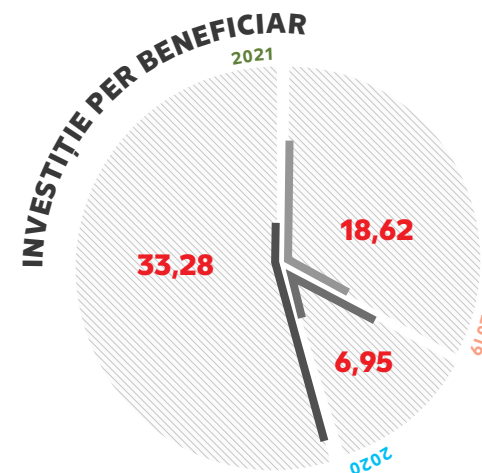
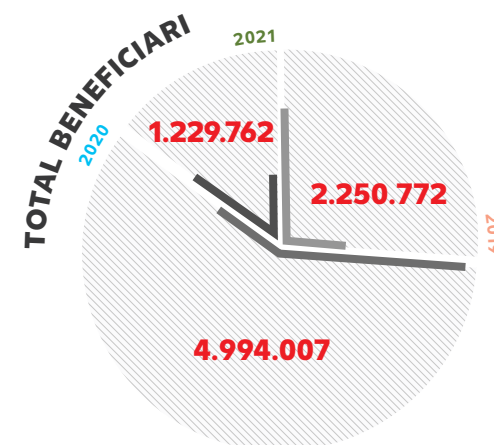
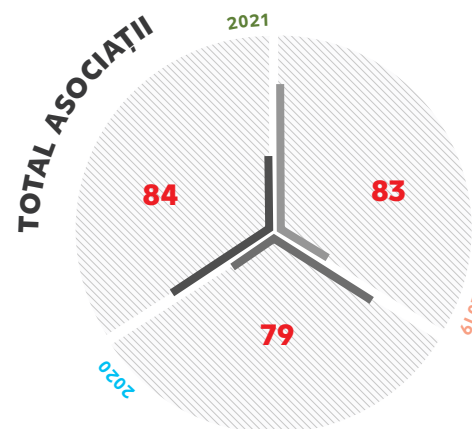
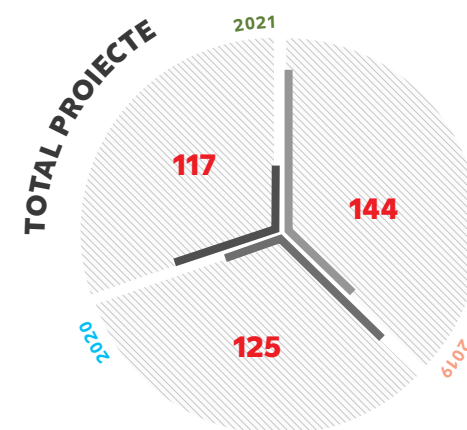
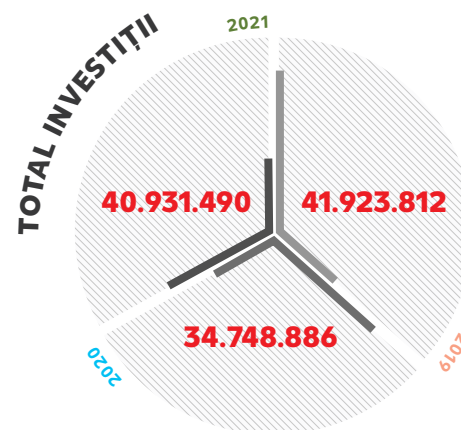
NR. ASOCIAȚII



NR. BENEFICIARI



educație
 mediu
 social
 sport & sănătate
 cultură



2 programe de finanțare dedicate organizațiilor neguvernamentale

**ÎN STARE
DE BINE**
Program pentru ONG-uri
susținut de Kaufland

NUMĂR TOTAL DE PROIECTE

38

NUMĂR TOTAL DE BENEFICIARI

16.290

SUMĂ INVESTIȚII

5.817.450

NUMĂR TOTAL DE PROIECTE

139

**START
ONG**
by Kaufland

SUMĂ INVESTIȚII

2.814.250

NUMĂR TOTAL DE BENEFICIARI

18.335

Cifre cheie



1 piesă de teatru

1 expoziție de fotografie

cea mai mare pictură murală
care purifică aerul



2.250 kg de deșeuri
colectate

4 tone de măști de unică
folosință reciclate



30 de muzicieni și artiști vizuali
sprijiniți financiar

1 documentar lansat



4.000 de calculatoare
recondiționate și donate

5.000 de elevi au primit
meditații gratuite

1 spital modular construit

8.500 de copii au învățat
despre nutriție

200 de persoane au primit
consultații de psihoterapie

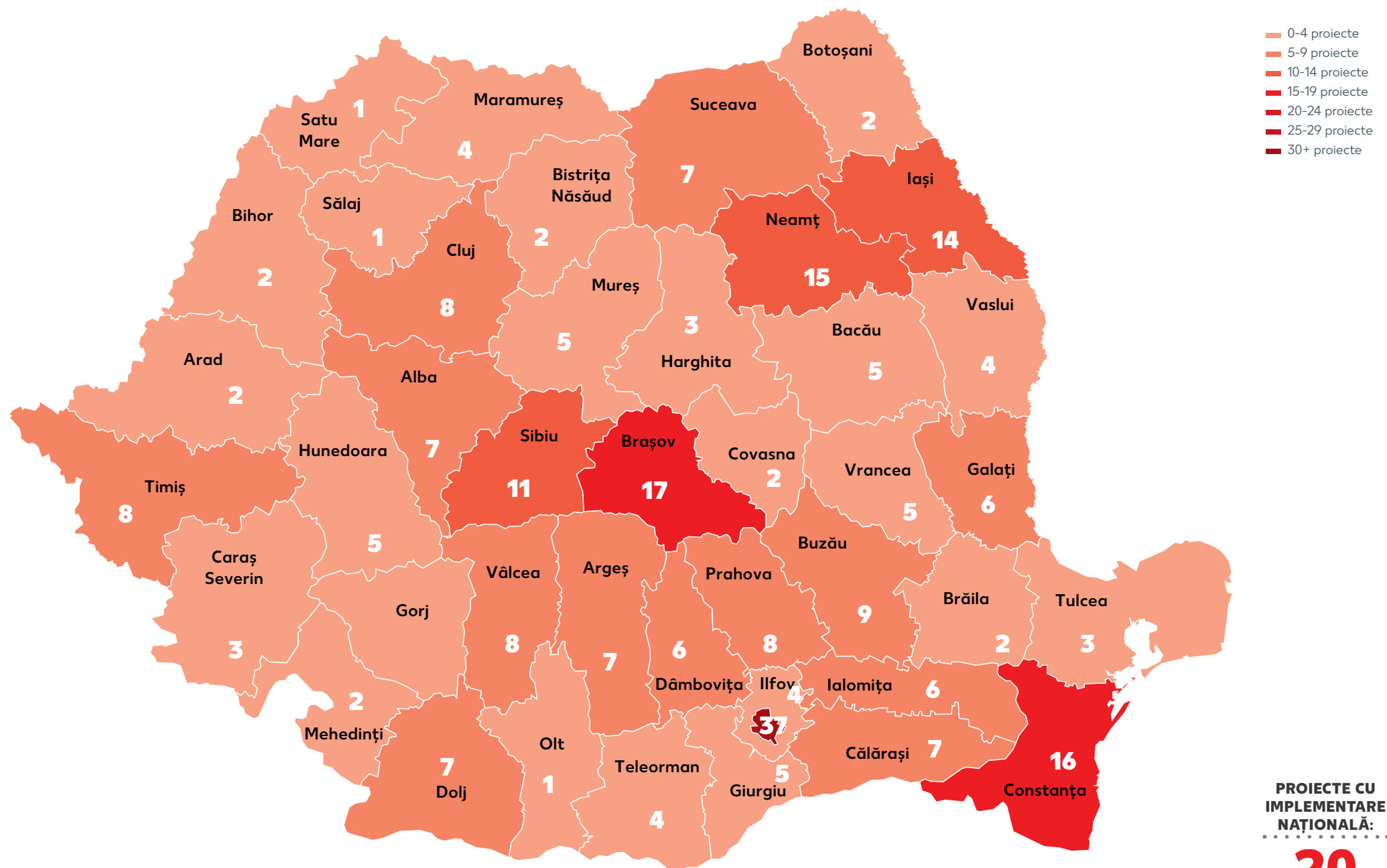
1 cabinet stomatologic școlar
mobil

2 case de tip familial construite



186.000 de porții de
mâncare servite în cantina
socială

1,9 mil. kg produse alimentare
donate



PROIEC TELE

NOA STRE

Atunci când ne selectăm proiectele și dezvoltăm parteneriate cu actorii din sectorul neguvernamental, punem un accent deosebit pe contribuția noastră la creșterea și bunăstarea comunităților din zonă și pe impactul și efectele pozitive pe care proiectul le va genera. Astfel, investim în proiecte pe termen mediu și lung, cu rezultate concrete asupra beneficiarilor.

Pentru că ne-am dorit să avem o imagine mai clară asupra beneficiarilor proiectelor noastre, am definit beneficiarii direcți și indirecti astfel încât numărul pe care îl comunicăm să fie cât mai fidel cu realitatea din teren. Începând cu acest an, numărul total de beneficiari include doar beneficiarii direcți, respectiv acele persoane care au participat/ beneficiat direct de activitățile proiectelor implementate.



CUVÂNT ÎN ÎNTE



Dragi prieteni,

Au trecut mai bine de 15 ani de când Kaufland a deschis primul magazin în România. Încă de atunci am încercat ca dincolo de activitățile comerciale pe care le desfășurăm, să devenim și un pilon important pentru societatea românească: un angajator responsabil pentru colegii noștri, un client de încredere pentru furnizori, un contributor important la creșterea economică a țării, un retailer preferat pentru români, un partener important pentru societatea civilă și nu în ultimul rând, un creator de bine pentru oamenii de lângă noi.

Credem că este și în responsabilitatea noastră să contribuim la construcția unei societăți sănătoase, iar pentru aceasta, ne oferim ajutorul ori de câte ori este nevoie. Știm că nimic nu este posibil fără colaborare, așa că alături de organizațiile non-guvernamentale partenere ne implicăm anual pentru a crea impact pozitiv la nivelul celor cinci direcții care guvernează strategia noastră de investiții comunitare: educație, mediu, sport și sănătate, cultură și social. De șase ani, publicăm anual acest raport de evaluare a impactului pozitiv pe care l-am creat pentru comunitate, raport care pe lângă faptul că spune povestea proiectelor la care am lucrat, este un instrument de reper pentru noi –

ne ajută să ne revizuiim strategia și să luăm decizii pentru anii următori.

În 2021, investițiile comunitare au depășit 40,9 milioane de lei. Am susținut în mod direct peste 117 proiecte, alături de 84 de parteneri non-guvernamentali. Totodată, cele două programe de granturi pe care le-am continuat, StartONG și În Stare de Bine, au generat la rândul lor susținere pentru mai mult de 170 de proiecte, oferind acces la finanțare și organizațiilor mici.

Așadar, paginile următoare vă vor spune povestea binelui pe care an de an, alături de toții colegii noștri din echipa Kaufland România încercăm să îl întoarcem în comunitate. Este o poveste văzută prin ochii partenerilor noștri din societatea civilă, dar în care personajele principale sunt cei peste 1.200.000 de beneficiari pe care investițiile noastre i-au atins în 2021. Este o poveste pe care încercăm să o scriem azi, mai bine decât ieri, păstrând în permanență în suflet dorința de a face mereu din ea o poveste cu final fericit: pentru cei din jurul nostru, pentru comunitate, pentru România.

Anna Katharina Scheidereiter

CSR Manager Kaufland România

Asociația Ateliere Fără Frontiere ...28
 Asociația 11even ...32
 Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B ...35
 Fundația Inovații Sociale Regina Maria ...37
 Asociația Volum Art ...39
 Asociația Brio pentru Evaluare Educațională ...41
 Fundația de Sprijin Comunitar ...43
 Asociația Industriei Creative ...46
 Organizația Salvați Copiii ...48
 Asociația CSR Media for Business Sustainability/ CSR Media pentru Sustenabilitatea Afacerilor ...54
 Asociația Frilensăr.ro ...55
 Asociația Autism Voice ...57
 Asociația Reality Check ...58
 Asociația Centrul de Artă Aluniș ...64
 Asociația Proacta Edu ...68

Asociația Lume Bună ...70
 Asociația OvidiuRO ...72
 Asociația CEO Clubs International ...76
 Asociația Untold ...78
 Fundația United Way of Romania ...81
 Fundația Didactica ...84
 Organizația Națională Cercetașii României ...85
 Asociația Umanitară Gloria Education Found ...86
 Asociația Prietenii de lângă tine ...87
 Asociația Îngeri pentru Suflete ...88



25

asociații partenere

30

proiecte

604.400

beneficiari

educație



Asociația Ateliere Fără Frontiere

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Pe termen mediu, obiectivul AFF este promovarea creșterii economice susținute, sustenabile și incluzive, locuri de muncă productive și condiții decente de lucru pentru toți. Cu acest gând în minte, Ateliere Fără Frontiere își dorește să reducă inegalitățile sociale printr-un lanț de solidaritate în care servicii și produsele create de angajații vulnerabili din programul de inserție socio-profesională ajung să fie utilizate de către persoane ce se găsesc la rândul lor marginalizate și lipsite de oportunități egale în viață. Fără să afecteze mediul într-un mod negativ.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

4,5 mil. lei

DIN CARE

17,4%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Dăm Click pe România

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Dăm Click pe România



Participarea la piața forței de muncă a persoanelor cu un nivel de instruire scăzut, printre care se numără și persoane din comunitatea romă, este scăzută, numai 46% dintre acestea fiind active. Motivele pentru care persoanele din grupurile vulnerabile continuă să rămână inactive sunt multiple, lipsind politici și măsuri de ocupare adecvate și abordarea integrată a cumulului de probleme cu care se confruntă aceștia (lipsa unei locuințe, afecțiuni de sănătate cronice, privarea de libertate, discriminarea etnică, de vârstă și de gen, etc) scad șansele unei persoane de a fi angajată pe piața muncii. Angajatorii optează în general pentru persoane integrate, fără provocări vizibile sau care au deja un minim de pregătire și o stare psiho-socială stabilă.

Consecința directă a acestei stări de fapt sunt ratele sărăciei și inegalității sociale care rămân foarte ridicate. Nivelurile ridicate de sărăcie sunt asociate direct cu șomajul, sau inactivitatea lipsa unei ocupații sau o ocupație nesalariată. Astfel dacă sărăcia în rândul salariaților era în 2018 de 12%, în rândul persoanelor neocupate era de 40%, iar în rândul șomerilor de 60,9%. Intensitatea muncii într-o gospodărie, și mai ales a unui loc de muncă salariat sunt principala strategie în combaterea sărăciei și a excluziunii.

Ateliere Fără Frontiere (AFF) este o întreprindere socială care prin activitatea sa economică își propune să reducă decalajele sistemului educațional din România, să genereze un impact de mediu pozitiv și să integreze pe piața muncii persoane ce provin din medii vulnerabile.

Potrivit statisticilor, în mediul rural există un singur calculator la 20 de copii, comparativ cu mediul urban un 1 din 10 elevi are un calculator acasă. Acest decalaj crește de la an la an și a

fost accelerat de criza sanitară și trecerea la școala online întrucât majoritatea părinților din zone rurale și urbane marginalizate nu-și permit achiziționarea unui calculator.

Chiar și în urma programelor naționale de donații de tablete, peste 500.000 de elevi din România rămân și astăzi fără acces la școala online în lipsa unui dispozitiv adecvat.

În 2021, proiectul a însemnat:

Apelul de proiecte din cadrul programului Dăm click pe România din luna octombrie 2020 a strâns peste 300 de unități școlare, ONG-uri, biblioteci sau instituții publice ce au aplicat pentru donația de calculatoare. Cele mai urgente 120 de cazuri au fost adresate în prima ediție a proiectului din 2020, iar ediția din 2021 a continuat să sprijine 110 școli care au semnalat nevoia de echipamente la începutul pandemiei și care în continuare au subliniat necesitatea infrastructurii digitale atât în școală, cât și acasă pentru elevii din zone vulnerabile.

Jurizarea unităților de învățământ înscrise s-a realizat cu implicarea voluntară angajaților a 13 angajați Kaufland ce au jurizat în medie 16 unități fiecare.

Campanii de colectare desfășurate în online și fizic în locațiile partenerilor strategici - pentru a asigura cantitatea de echipamente necesare recondiționării și donației, primele luni din cadrul ediției 2021 a proiectului au fost alocate campaniilor de sensibilizare prin care s-a urmărit colectarea de calculatoare, de la persoane fizice și companii private deopotrivă. Campania s-a desfășurat în online pe canalele de social media ale celor trei parteneri și fizic în benzinăriile Petrom și magazinele Kaufland

România din București și alte 3 mari orașe din România, unde timp de o lună și jumătate, clienții celor două companii au putut aduce în punctele de colectare calculatoarele de acasă și astfel să se solidarizeze cu cauza.

Recondiționarea și livrarea celor 3,500 de calculatoare în perioada ianuarie 2021

– februarie 2022. Peste **12.000 de piese** (unități, monitoare, tastaturi, mouse etc.) au fost colectate, curățate și reparate în cadrul procesului de recondiționare al proiectului. Odată pregătite, echipamentele au fost atent ambalate în cutii și livrate prin serviciu de curierat astfel încât toate calculatoarele ajung cu bine la structurile beneficiare.

La recondiționarea și livrarea acestor calculatoare au participat activ **30 angajați ai atelierului educlick** din programul de inserție socio-profesională. Fiecare dintre aceștia a fost împărțit la cel puțin una dintre cele 5 structuri ale atelierului: colectare, dezmembrare, curățare și ambalare, testare și recondiționare.

Mai mult, în urma cererilor din partea mai multor școli, atelierul educlick a avansat și a donat în cadrul proiectului 10 imprimante performante către școli care nu aveau astfel de dispozitive. Astfel, proiectul continuă să promoveze digitalizarea infrastructurii școlare și să pună bazele unei noi practici în atelierul educlick prin care alte școli vor fi sprijinite pe viitor.

Organizarea concursului „Școala Viitorului” - noiembrie - decembrie 2021

Dăm Click pe România a provocat copiii din școlile beneficiare ale proiectului să folosească echipamentele donate pentru a crea lucrări digitale prin care să comunice privitorilor modul în care ei văd sau speră că va arăta

peste 50 sau 100 de ani școala în care învață astăzi.

Concursul „Școala Viitorului” a demonstrat faptul că talentul, creativitatea și inovația nu țin cont de situația materială sau de zona geografică. Cele peste 90 de lucrări înscrise au dovedit faptul că atâta timp cât dispune de infrastructură și atenția necesară, orice copil poate să învețe noi abilități digitale și să le pună în practică pentru a crea artă și inspirație pentru „cei mari”.

Toate lucrările înscrise au trecut printr-un proces de jurizare la care au participat în mod voluntar și 11 angajați Kaufland Romania. Fiecare dintre ei a evaluat în medie 7-8 lucrări și au ținut cont de criterii precum originalitate, complexitate sau relevanța temei. La final, 10 lucrări care au obținut cel mai mare punctaj au fost premiate cu o tablă digitală, însoțită de un videoproiector, pentru a le folosi la activitățile școlare sau extra-școlare.

Monitorizarea echipamentelor livrate și asigurarea bunei lor funcționări în paralel cu livrarea calculatoarelor.

Colaborarea cu școlile, ONG-urile și instituțiile publice beneficiare continuă pe toată durata și chiar și după terminarea proiectului, pentru a asigura buna funcționare a echipamentelor. Fiecare școală are obligația să dovedească faptul că echipamentele sunt utilizate în folosul elevilor din școală. În acest sens, Ateliere Fără Frontiere încheie un parteneriat cu fiecare laureat în parte, prin care aceștia își asumă responsabilitatea de a asigura buna funcționare a echipamentelor.

Mai mult, fiecare partener are obligația să transmită organizatorilor proiectului realizarea unor etape cheie în procesul de raportare: activarea licențelor Windows10, fotografii cu echipamentele instalate, completarea chestionarelor de evaluare, etc.

În același timp, orice fel de defecțiuni sau dificultăți tehnice întâmpinate de laureați pot fi adresate către echipa tehnică din cadrul atelierului educlick, unde șefii de echipă se ocupă de reparația echipamentelor sau înlocuirea acestora. Astfel, educlick își asumă responsabilitatea de a oferi garanție pentru echipamentele donate timp de cel puțin 6 luni de la data donației.

În total, la finalul proiectului au fost donate **4.000 de calculatoare** într-un interval de 13 luni către copiii și unitățile care nu dispun de echipamentele digitale necesare pentru aprofundarea de cunoștințe moderne și relevante în lumea actuală.

Toate echipamentele donate au fost recondiționate în atelierul educlick și astfel au produs un impact pozitiv asupra mediului. În total, calculatoarele donate în parteneriat cu Kaufland România evită emisii de CO₂ de 600.000 de kg.



”

Vedem în Kaufland România un partener strategic care împărtășește viziunea și obiectivele noastre pentru o societatea echitabilă și verde, prietenoasă cu mediul și oamenii deopotrivă. Fiecare calculator donat împreună cu Kaufland România oferă acces copiilor ce provin din medii defavorizate: acces la informație, acces la educație și acces la ceea ce înseamnă economie circulară și reciclare, un domeniu de viitor de care elevii din zone rurale nu ar trebui să fie străini. Dăm Click pe România și parteneriatul cu Kaufland România demonstrează că decalajele socio-educative pot fi remediate prin proiecte sustenabile, concentrate pe colaborare și cooperare.

DAMIEN THIERY

Director General Ateliere Fără Frontiere

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea 11even este sintetizată în următoarea frază: „O Românie în care tinerii performeri vor să trăiască, să se dezvolte și să colaboreze, formată din comunități în care bucuria mișcării să fie o realitate a fiecărei zile.”

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,5 mil. lei

DIN CARE

86%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

Creatori de viitor

TeachU

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare
de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul
de angajați

Creatori de viitor



Creatori de viitor - Champions United este unul dintre cele mai importante evenimente naționale dedicate liceenilor cu performanțe. Este locul unde an de an, se reunesc zeci de liceeni, creatori de viitor, într-un program diversificat și interactiv, un mediu în care aceștia se lasă inspirați de mentori invitați și locul unde sunt provocați să aducă schimbare în societate.

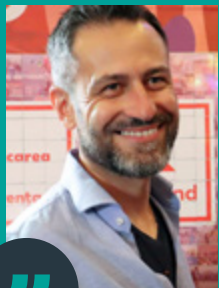
Ediția din 2021 a Champions United, cea cu numărul 8, a readus împreună în formatul consacrat, timp de 6 zile, la Cluj-Napoca, în perioada 26-31 august 2021, **60 de tineri** excepționali (50 de liceeni și 10 voluntari). Alături de aceștia, au fost invitați în cadrul sesiunilor Transform Răzvan Chereches (profesor de sănătate publică la Universitatea Babeș-Bolyai), Codruța Simina (reporter Pressone), Dan Jecan (președinte CERT-Transilvania), Ioana Sztamare (coordonator CSR - ARC România), Alin Ioaneș (CEO Rombat), Raul Moscovits (avocat coordonator MSIL), Michael Bulzan (director regional pentru Europa, Orientul Mijlociu, Liviu Balta (Președinte Asociația La Vultureni), Marius Covașă (Promotiv dezvoltare comunitară), Simona Ciff (Psiholog), Tudor Scripor (inventatorul standardizării cromatice pentru nevăzători), Victor Miron (fondator Cărțile pe Față).

Una din ideile care s-au născut în cadrul evenimentelor Creatori de Viitor este **TeachU.ro**, o platformă de meditații, dedicată liceenilor din România. Platforma face legătura între mentori, profesori sau tineri cu performanței și liceeni care fie caută să-și îmbunătățească situația școlară la o anumită materie, fie doresc să-și aprofundeze cunoștințele pentru a participa la olimpiade școlare, sau pur și simplu doresc să învețe ceva nou.

Meditațiile au loc într-un mediu sigur, pe Skype, prin conferință video și sunt complet gratuite, prin munca voluntară a meditatorilor înscrși. Acestea au fost gândite astfel încât să fie de folos pentru școală, pentru concursuri sau pentru cei care pur și simplu își doresc să învețe ceva nou, și mai mult decât atât, să fie gratuite. Momentul lansării coincide cu o perioadă în care educația s-a mutat în online și, cu atât mai mult, este resimțită nevoia unui astfel de proiect.

Peste **5.000 de elevi** de toate vârstele s-au putut pregăti suplimentar gratuit la 39 de discipline.





”

Pandemia Covid-19 ne-a blocat toate proiectele așa cum eram setați să le implementăm - festivaluri în zeci de orașe cu zeci de mii de participanți, proiecte de educație prin mișcare oferite anual la peste 5000 de copii, tabere de vară cu sute de participanți și mentori. Anul 2021 a însemnat o repunere în agendă a unor astfel de proiecte, iar asta s-a datorat în mare măsură încrederii oferite de Kaufland România, partenerul nostru de termen lung. Astfel, am putut să continuăm activitatea asociației noastre și am rămas optimiști cu privire la viitor și la schimbarea pe care putem să o producem prin proiectele noastre de educație și sport de masă.

OVIDIU NEAMȚU
Președinte

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Obiectivele Plan B vizează implementarea unor proiecte punctuale în aria educației nonformale și complementare menite să ajute la reducerea decalajelor dintre diferite grupuri sociale și la creșterea unei generații viitoare mai instruite, mai sănătoase, mai conștiente și mai implicate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,1 mil. lei

DIN CARE

86%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

Deschidem școala

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

*Proiectele dezvoltate de Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

Deschidem școala



Proiectul este dedicat copiilor din mediile vulnerabile care, din cauza situației pandemice și a lipsei dotărilor tehnice, au avut întreruperi în procesul de învățare și au suferit pierderi școlare importante. „Deschidem școala” este gândit în jurul a 3 direcții de acțiune: digitalizarea școlilor vizate, predarea materiei printr-o metodă accelerată incluzivă, consiliere psihologică. Cele 15 școli din 5 județe (Călărași, Brăila, Galați, Constanța, Tulcea) cuprinse în proiect au fost dotate cu echipamente tehnice performante (tablă interactivă, videoproiector, laptop, sistem audio), care au făcut predarea materiei Comunicare în Limba română mult mai atractivă și mai eficientă pentru cei **800 de elevi**. De asemenea, copiii beneficiari au primit seturi de rechizite care i-au ajutat în procesul de asimilare a informațiilor. În paralel cu învățarea materiei, aceștia au avut parte și de consiliere psihologică, în perspectiva reducerii absenteismului și a abandonului școlar.

Prima ediție a proiectului „Deschidem școala”, organizată în perioada iunie-august 2021, a avut ca premisă situația îngrijorătoare din educație, cauzată de pandemie, respectiv: 40% dintre elevii din mediile defavorizate, majoritatea din mediul rural, nu au făcut școală online; 287.000 de elevi nu au avut tablete sau alte echipamente pentru școala online; 237.000

de elevi nu au în continuare acces la internet. În total, s-au pierdut 300 de ore de studiu sau 120 de zile de școală.

Impactului implementării „Deschidem școala” a avut o importanță capitală în școlile vizate, prin diminuarea absenteismului (fapt sesizat în septembrie), dezvoltarea interesului pentru participarea activă la lecții, fixarea anumitor noțiuni, însușirea de cunoștințe, exersarea deprinderilor de scriere-citire, pronunția corectă, ortografia și lucrul pe text. Diferența în asimilarea de informații și focalizare a făcut-o utilizarea materialelor de lucru multimedia. Conform rapoartelor primite de la directorii școlilor implicate în proiect, *„copiii au participat cu bucurie la fiecare activitate, fiecare elev înregistrând progrese importante”* (Dir. Șușanu Steluța – Liești, Galați), *„un accent deosebit s-a pus pe analiza sintaxei și foneticii cuvintelor, pentru facilitarea învățării fiind folosită învățarea prin joc”* (Dir. Marioara Lipan – Bordei Verde, Brăila), *„efectele pozitive ale proiectului sunt marcate prin rezultatele elevilor la testele de evaluare. Dacă înaintea implementării proiectului se atingeau indicatorii Suficient și Bine, după, indicatorii marchează calificativul Foarte bine”* (Dir. Cristina Colțea – Duiliu Zamfirescu, Călărași).



O înțelegere reală a nevoilor beneficiarilor proiectelor inițiate de Asociația Plan B și orientarea către soluții sunt, pe scurt, atributele sub care s-a desfășurat colaborarea noastră cu Kaufland România. Fiecare dintre interacțiunile avute cu departamentul CSR a avut la bază nevoia autentică de a duce la bun sfârșit inițiative cu adevărat sustenabile și responsabile, cu impact semnificativ asupra celor vizați.

OANA DUMITRIU
Președinte Asociația Plan B

Fundația Inovației Sociale Regina Maria

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Fundației Inovației Sociale Regina Maria este de a ajuta persoanele aflate în nevoie prin proiecte și programe sustenabile și durabile în domeniile sănătății și educației.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

7,5 mil. lei

DIN CARE

17,75%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Împreună schimbăm
destine

FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Împreună schimbăm destine



Fundația operează două policlinici sociale prin care se îngrijește de persoane fără venit, persoane cu venituri foarte mici și pensionari cu pensii mici - Policlinica Socială Baba Novac și Clinica Sala Palatului.

În același timp, fundația are în grijă 230 de copii în cele 3 centre educaționale: Centrul Educațional Băneasa, Centrul Educațional Corbeanca și Hero Afterschool Clinceni.

Obiectivele fundației în includ:

- ... creșterea nivelului educațional al copiilor
- ... prevenirea abandonului școlar
- ... îmbunătățirea performanțelor școlare a elevilor din cele trei centre educaționale

Prin proiectul „Împreună schimbăm destine”, inițiat în 2020, fundația oferă sprijin pentru educație pentru cei **peste 200 de copii** pe care îi are în grijă în centrele sale educaționale - cele două centre educaționale pe care le gestionează de peste 8 ani, cât și în noul centru deschis în 2021 la Corbeanca.

Cei mai mulți dintre copii provin din familii cu mari dificultăți socio-materiale, monoparentale, familii foarte numeroase, sau cu disponibilitate emoțională redusă, pe care Fundația îi susține în principal prin activitățile de educație formală și informală, dar și printr-o masă caldă în fiecare zi. Pentru ei sprijinul primit în cadrul centrelor educaționale le oferă acces la educație și își pot depăși contextul familial în care s-au născut. Lasați singuri, fără îndrumare, acești copii riscă abandonul școlar și să rămână cel puțin la același nivel dacă nu mai jos decât al părinților lor, cu vieți extrem de dificile. De aceea, este esențial ca ei să fie mereu sprijiniți, să li se cultive apetitul pentru învățare pentru a se autodepăși și a-și crește calitatea vieții.

Cu sprijinul Kaufland România, aceștia au învățat să scrie și să citească, astfel încât și-au îmbunătățit performanța școlară, iar promovabilitatea a fost 100%.



Peste 200 de copii mai educați, mai curajoși, mai fericiți, mai pregătiți să schimbe lumea în bine! Acesta este rezultatul colaborării noastre cu Kaufland România! Având alături un astfel de partener de încredere, avem curajul de a merge mai departe, spre binele copiilor, an după an, construind o viață mai bună nu doar pentru ei, ci pentru întreaga comunitate. Este extrem de încurajator pentru toți cei implicați să știm că suntem împreună, într-un spirit al iubirii și al unității. Mulțumesc, Kaufland România!

CRISTIANA MATEOIU
Director Executiv

Asociația Volum Art

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Volum Art își propune inițierea și dezvoltarea unei platforme culturale interdisciplinară care să încurajeze și să susțină perspective și viziuni noi, transectoriale, privind modalitățile în care trăirea prezentului construiește viitorul.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

836.000 lei

DIN CARE

5%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Endless Present - Limited Future

FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Endless Present - Limited Future



ENDLESS PRESENT | LIMITED FUTURE este un proiect de educație nonformală și alternativă adresat copiilor cu vârste între 10 și 17 ani din 6 orașe mici unde oferta culturală este foarte scăzută: Alexandria, Slobozia, Turnu Măgurele, Oltenița, Urziceni și Mizil, care a început în mai 2021 și s-a încheiat în octombrie 2022.

Prin intermediul benzilor desenate și al poveștilor ilustrate, copiii din cele șase comunități au căutat soluții pentru combaterea poluării cu plastic, una dintre cele mai serioase amenințări la adresa mediului și climei. Cu acest prilej, copiii au fost introduși în lumea dezvoltării durabile, a economiei circulare și a resurselor regenerabile, ca modalități constructive de a contribui activ la preservarea ecosistemului care ne este casă tuturor: Pământul.

Proiectul a reușit să atragă peste **120 de tineri** și să creeze o comunitate de elevi activi și interesați în identificarea sau găsirea unor soluții creative de a combate poluarea cu plastic. Mărturie stau cele peste 100 de lucrări de bandă desenată în care participanții au făcut propuneri dintre cele mai îndrăznețe

și creative, unele fantastice, altele la modul concret.

În cifre, proiectul a însemnat:

- *** 36 de ateliere de bandă desenată pe tema combaterii poluării cu plastic
- *** 36 de ateliere de scriere creativă pe tema combaterii poluării cu plastic
- *** 6 expoziții de artă cu lucrările copiilor rezultate în urma atelierelor-un seminar pe tema dezvoltării durabile cu 30 de participanți
- *** 5 sesiune de formare pe tema dezvoltării durabile și a sustenabilității în cultură
- *** o tabără urbană de animație pe tema combaterii poluării cu plastic, organizată în perioada 11-16 iulie 2022, unde au participat 13 copii

Mai mult de atât, a reprezentat o incursiune în imaginația copiilor care sunt stimulați să lucreze în echipă, să găsească soluții pentru combaterea poluării cu plastic, să le transpună vizual, să își dezvolte gândirea critică. Împuternicirea lor este un instrument sustenabil pentru dezvoltarea pe baze sănătoase a comunităților locale.

Endless Present Limited Future este proiectul cu cea mai mare anvergură desfășurat de Asociația Volum Art și care, fără sprijinul financiar primit din partea Kaufland România nu ar fi putut avea loc. Parteneriatul cu Kaufland România a adus un plus de vizibilitate și deschidere în rândul colaboratorilor și partenerilor de proiect, prin asocierea cu un brand dedicat prin acțiunile sale protejării mediului, susținerii unei vieți sustenabile și acțiunilor de combatere a poluării.

JUDIT BALINT
Președinte



Asociația Brio pentru Evaluare Educațională

NR. PROIECTE

1

Brio Challenge Ediția a II-a

Brio Challenge Ediția a II-a



Brio este prima și singura platformă digitală de soluții fundamentate științific pentru testare și evaluare școlară din România, destinată elevilor din clasele I-XII, părinților, educatorilor, școlilor și altor instituții implicate în actul educațional din România. Avizat de Ministerul Educației și Cercetării, Sistemul de Testare Brio este un produs științific conceput pe baza programei școlare din România, conceptualizat de o echipă de profesori și experți internaționali în testare și psihometrie. Pentru că fiecare test este alcătuit și evaluat de către sistem pe baza unei metodologii riguroase, evaluarea acoperă întreaga materie, iar rezultatele sunt obiective și foarte relevante pentru nivelul real de pregătire al elevului. Platforma Brio este folosită deja de peste 100.000 de utilizatori și înregistrează peste 1.000 de abonamente active.

Concursul de matematică „Brio Challenge” este o competiție școlară digitală la nivel național, ce se desfășoară online în 4 etape de concurs.

În cadrul primei etape a olimpiadei Brio Challenge Ediția a II-a, cea de înscriere, elevii au putut face teste de antrenament pentru obținerea celui mai bun punctaj.

În etapelor a II-a și a III-a, elevii au putut înregistra testul cu cel mai bun punctaj obținut și s-au calificat doar cei care au obținut peste 80 de puncte.

În etapa finală au ajuns toți participanții care au obținut scor 100, indiferent de numărul acestora, precum și scorurile care precedeau acest punctaj. Fiecare clasă II - XII a avut un campion absolut și doi vicecampioni, aleși în baza celui mai bun punctaj. Departajarea s-a realizat și în funcție de timpul utilizat pentru finalizarea testului: participantul care a obținut cel mai scurt timp pentru finalizarea testului.

Concursul se adresează tuturor elevilor din clasele primare (II-IV), clasele de gimnaziu (V-VII) și clasele de liceu (IX-XII), cu acordul părinților. Se pot înscrie în concurs atât elevi care au deja cont activ în platformă, cât și elevi care nu au mai folosit www.brio.ro.

Scopul proiectului are la bază implementarea unui standard modern de competiție online, pentru îmbunătățirea performanței școlare destinată elevilor, părinților, educatorilor, școlilor și altor instituții implicate în actul educațional din România.

Concursul își propune la nivel de participanți și finaliști, prin desfășurarea celor 4 etape de concurs:

- ... să încurajeze și să promoveze dezvoltarea competențelor analitice ale elevilor prin crearea unei gândiri algoritmice;
- ... să încurajeze dezvoltarea aptitudinilor de utilizare a canalelor digitale de comunicare;
- ... să crească nivelul de încredere al elevilor și să-i familiarizeze cu testele și concursurile naționale;
- ... să familiarizeze elevii cu testarea standardizată și tot ce presupune aceasta: testarea cunoștințelor, urmărirea raportului de evaluare în vederea creșterii performanței școlare și retestarea pentru urmărirea progresului.



Fundația de Sprijin Comunitar

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Fundației de Sprijin Comunitar este o lume în care drepturile omului sunt respectate și toți membrii comunității au acces la servicii de calitate, adecvate nevoilor și acordate de profesioniști.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

7,1 mil. lei

DIN CARE

3,2%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Adoptă un licean

FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]
S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare



Adoptă un licean



Tot mai multe studii denotă că situația copiilor și tinerilor în zonele rurale rămâne în continuare dramatică, principalele cauze fiind sărăcia, infrastructura deficitară, lipsa de perspective economice și de dezvoltare. Din cauza sărăciei, jumătate dintre copiii de la țară renunță la școală și rămân cu opt clase. Unii trudes z zi de zi la câmp sau în grajdurile animalelor. Alții, deși sunt de-o șchioapă, fac naveta și învață dimineața, iar apoi muncesc în gospodărie, până la epuizare. Când se pune problema să-și continue studiile la oraș, părinții nici nu vor să audă: au nevoie de ajutor acasă.

Cu sprijinul Kaufland România, FSC a derulat în ultimii ani campania „Adoptă un licean”, campanie care prin rezultate și impact a îmbunătățit simțitor accesul la educație al unui număr de aproximativ 300 de elevi provenind din medii rurale defavorizate (zona de est a județului Bacău). Dincolo de sprijinul material constând în burse de 250 de lei/elev, tinerii beneficiază de consiliere și asistență psiho-educatională pentru depășirea dificultăților legate de adaptarea la viața de oraș și pentru îmbunătățirea performanțelor școlare, sunt încurajați să facă voluntariat, sunt sprijiniți în orientarea privind cariera.



În 2021, Kaufland România a continuat să susțină proiectul, oferind burse pentru **30 de tineri**. Proiectul are următoarele componente

- *** Sprijin financiar, monitorizare și consiliere lunare - Cei 30 de tineri vizati de proiect primesc lunar burse a câte 250 lei/ persoană pe toată perioada anului școlar, în vederea acoperirii cheltuielilor de cazare și masă la liceu. Asistentul social FSC monitorizează permanent atât situația școlară a copiilor, cât și modul de cheltuire a banilor; de asemenea se ține permanent legătura cu cadrele didactice și părinții copiilor.
- *** Sprijin educațional și consiliere bursieră; mentorat oferit de voluntari - Pentru tinerii asistați în program se lucrează individual și în grup pentru depășirea problemelor de integrare școlară, integrare în grup, adaptare la noul mediu școlar și social, accesarea de servicii medicale și a instrumentelor de educație on-line în cazul celor afectați direct sau indirect de pandemia de COVID-19. Cu ajutorul voluntarilor FSC, aceștia sunt sprijiniți la îmbunătățirea rezultatelor la materiile de bază și la pregătirea corespunzătoare a examenului de Bacalaureat.
- *** Implicarea în activități de voluntariat - Tinerii bursieri sunt încurajați să se implice în număr cât mai mare în activitățile de voluntariat ale organizației. În acest fel învață să ofere la rândul lor ajutor semenilor aflați în nevoie. Activitățile în care sunt încurajați să se implice sunt: activități hand-made și de vânzare produse în cadrul Atelierului Activ Mozaic; ajutor pentru derularea activităților cu copii la Centrul Mozaic din Bacău sau la Cluburile cu Lipici din comunele lor.

- *** Sesiuni de dezvoltare personală, orientare profesională și sprijin în găsirea unui loc de muncă - O activitate foarte apreciată de tineri o reprezintă organizarea unor sesiuni de discuții/ traininguri pe teme de educație pentru viață și orientare profesională în cadrul unor întâlniri lunare cu specialiști în diverse domenii importante pentru dezvoltarea personală și a abilităților de viață independentă: psihologi, medici, manageri, traineri, reprezentanți ai autorităților, etc.

Aceste întâlniri sunt organizate lunar, atât la sediul FSC, cât și în cadrul unor vizite la diverse instituții și firme locale, iar temele abordate sunt stabilite împreună cu tinerii pentru a răspunde cât mai bine nevoii lor de informare.



De 15 ani Kaufland România este alături de FSC, un parteneriat care a reușit, realmente, să schimbe destine! Mulți tineri au ajuns mari pentru că au beneficiat de sprijinul programului de burse finanțat de Kaufland! Le mulțumim sincer pentru implicare, continuitate și suport!

GABRIELA ACHIȚĂ
Președinte



VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Industrii Creative dezvoltă proiecte și produse care urmăresc creșterea industriilor creative, acordând o atenție deosebită antreprenoriatului și parteneriatelor din aceste domenii. Asociația funcționează în scopuri culturale, economice, sociale, educative și umanitare, promovând valorile sale fundamentale: excelența, creativitatea, inovația, inițiativa, pasiunea, performanța, autenticitatea, pragmatismul și perseverența.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

944.000 lei

DIN CARE

61%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Proiectul educațional
#PRESENT

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]
Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]
Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]
Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Proiectul educațional #PRESENT



Proiectul educațional #PRESENT facilitează accesul la educație alternativă și nonformală pentru copiii care provin din medii defavorizate, în vederea egalității de șanse privind integrarea în societate. Acesta vine în completarea misiunii Asociației Industrii Creative de a dezvolta proiecte culturale, educative și sociale având ca miză principală dezvoltarea comunității.

Specialiști din diverse domenii susțin sesiuni de formare sub formă de module educaționale, cu material cognitiv de calitate, prezentat într-o formulă relaxată și creativă. Proiectul are drept miză conștientizarea importanței accesului la material educațional profesionist ca metodă de reducere a diferențelor sociale, orientare în carieră și creșterea stimei de sine.

În cadrul celui de-al doilea modul #Present s-au organizat ateliere și sesiuni interactive cu tema „Viață sănătoasă”. Proiectul a avut loc în perioada mai – iulie 2021 și s-a extins în alte două centre din Iași, astfel încât activitățile s-au desfășurat la Centrul de Servicii Sociale Bucium, Centrul de Servicii Sociale C.A.Rosetti și Centrul de Servicii Sociale Bogdana (sat Bogdănești, comuna Horlești). **Peste 100 de copii** au fost implicați săptămânal în activități atractive de interes actual, cu teme sau abordări diferite.

De această dată copiii au avut parte de 11 sesiuni de traininguri coordonate de specialiști în domeniile alese, precum:

- ... Prim Ajutor, cu voluntarii Serviciului Voluntar de Ambulanță
- ... Dans, cu instructorul coregraf Anca Macovei
- ... Echilibru minte-corp, cu trainerul Alexandra Crăciun
- ... Protecția Mediului și Sustenabilitate, cu Cristina Căpitănița de la Asociația Mai Bine

... Nutriție, cu nutriționistul Diana Grădinaru

Activitățile au fost completate și de o ieșire la Centrul de escaladă Climb Again, unde copiii s-au întrecut în activități de cățărare, ștafetă și tiroliană.

Ultima întâlnire din cadrul celui de-al doilea modul a fost o îmbinare de jocuri distractive și interactive de sinteză, premii și sesiuni de feedback de la micii participanți.

Cel de-al treilea modul al proiectului #Present, „Creativitatea și exprimarea prin artă”, organizat în perioada octombrie 2021 – martie 2022, s-a desfășurat în patru centre sociale din județul Iași (CSS „Bucium”, CSS „Rosetti”, CSS „Bogdana” și Centrul de tip familial „Verșeni”), în care 130 de beneficiari s-au putut bucura de ateliere de Redesign, Artă Dramatică, Coregrafie, New Media sau Arte Plastice.

Totodată, **peste 30 de copii** veniți din Vinița, Ucraina, s-au bucurat de escaladă, tiroliană și jocuri oferite de prietenii de la Climb Again Iași.

În plus, copiii au mai participat la diverse ateliere, precum:

- ... Atelier re-design - Maura Anghel/ Alex Cristea
- ... Artă dramatică - Cocoș George și Ioana Corban
- ... Atelier coregrafie - Mommo Sanno/ Anuța Macovei
- ... Artă plastică - Iașeșen Mihai Cosmin/ Doamna de pictură
- ... New Media - artă fotografică - Andrei Ignea/ invitație la cinema - proiecție Belle
- ... Present fără frontieră - Climb Again

Organizația Salvați Copiii

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Salvați Copiii este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viață, protecție, dezvoltare și participare. Salvați Copiii acționează în 5 domenii strategice de intervenție cu soluții și obiective strategice proprii care vor contribui la respectarea drepturilor copilului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

38,7 mil. lei

DIN CARE

5%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Educație pentru toți copiii

Alegeri sănătoase

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Salvați Copiii România apără și promovează drepturile copilului în România din 1990, în acord cu prevederile Convenției ONU cu privire la Drepturile Copilului. Salvați Copiii România își propune să garanteze egalitatea de șanse pentru toți copiii, indiferent de mediul din care aceștia provin, prin utilizarea propriei expertize, precum și prin activități de lobby și advocacy asupra factorilor de decizie și mobilizarea liderilor din societatea civilă.

Organizația Salvați Copiii desfășoară proiecte în beneficiul tuturor copiilor, dar acordă o atenție deosebită celor aflați în situații dificile: copii din comunități defavorizate, copii victime ale violenței, copii victime ale exploatarei prin muncă, copii ai străzii, copii refugiați, copii în conflict cu legea, copii privați de protecția parentală. Proiectele implementate vizează promovarea și apărarea drepturilor copiilor, în special a accesului la educație, protecția împotriva violenței, traficului și consumului de droguri, protecția împotriva discriminării, reducerea mortalității infantile, precum și protecția în mediul online.

Educație pentru toți copiii



După apariția pandemiei, activitățile educaționale s-au desfășurat on-line sau cu prezență fizică, în funcție de contextul epidemiologic. În lipsa unei măsuri coerente din partea autorităților de a iniția programe care să răspundă nevoilor educaționale ale copiilor echipele Salvați Copiii au intervenit și au oferit sprijin direct familiilor, tichete sociale menite să asigure supraviețuirea copiilor ai căror părinți au rămas fără loc de muncă, tablete cu internet inclus, rechize și materiale igienico-sanitare, toate acestea strict necesare pentru ca familiile să depășească situația de criză în care se găseau.

Pentru copii, pe perioada anului școlar au fost organizate activități de pregătire școlară suplimentară care au fost susținute fie prin programul de tip Școală după Școală, fie în format online, în funcție de reglementările legale în vigoare. Copiii au fost susținuți cu asigurarea accesului la internet și cu rechize. Periodic au fost organizate activități de timp liber și socializare care să le permită copiilor să interacționeze cu alți copii și să își dezvolte încrederea în sine.

Pe perioada verii au fost organizate grupe de pregătire estivală pentru copiii de vârstă preșcolară care nu au frecventat grădinița dar a continuat oferirea de servicii și pentru copiii din programul Școală după Școală.

Pe toată perioada participării la program copiii au beneficiat de o masă caldă, rechize, îmbrăcăminte, igienico-sanitare, iar familiile au beneficiat de tichete sociale și alte forme de sprijin, în funcție de tipul de nevoie.

Părinții copiilor au fost participat lunar la întâlniri de informare și consiliere - consiliere socială în vederea obținerii drepturilor de care beneficiază prin lege, consiliere psihologică, consiliere juridică în vederea obținerii documentelor de identitate, soluționării problemelor locative etc., facilitarea accesului la serviciile medicale (înscrierea la medici de familie, consultații medicale, achiziționarea de rețete).

În cele trei orașe au fost întâlniri de lucru cu reprezentanții autorităților cu rol în protecția și educarea copiilor.

Rezultate atinse

- *** 4 grupe de tip Școală după școală au fost organizate (două în București - sector 1 și sector 5, Constanța, Ciurila, jud. Cluj)
- *** 4 grupe de pregătire preșcolară pentru copiii care nu au frecventat grădinița au fost organizate în București - sector 1 și sector 5, Constanța, Ciurila, jud. Cluj
- *** 60 de copii au participat la Grădinițe estivale
- *** 120 de copii au participat la Școală după Școală
- *** 106 părinți au participat la întâlniri
- *** 180 de copii au beneficiat de sprijin material
- *** 30 specialiști au participat la întâlniri de lucru în cele 3 orașe
- *** Rezultate calitative - toți copiii au reușit să înregistreze progres școlar și creșterea autonomiei de învățare

Acțiunile întreprinse au contribuit în mod direct la ameliorarea situației cu care se confruntau 180 de copii și familiile lor și, totodată, la rezolvarea parțială a problemei sociale cu care se confruntă copiii din grupuri vulnerabile, respectiv sărăcia și abandonul școlar. Activitățile derulate de Salvați Copiii cu sprijinul Kaufland România au contribuit direct la diminuarea deprivării materiale în rândul copiilor și familiilor, creșterea calității vieții copiilor, prevenirea și reducerea abandonului școlar în rândul copiilor din comunități defavorizate, prin oferirea de sprijin material precum și servicii complexe educaționale și sociale destinate atât copiilor, cât și familiilor lor.

Sunt necesare însă intervenții susținute, pe termen lung, pentru consolidarea rezultatelor obținute. Este necesară, de asemenea, extinderea intervențiilor și în alte zone, luând în calcul participarea scăzută la educație a copiilor vulnerabili.



Alegeri sănătoase



Activitățile proiectului s-au desfășurat în 98 de localități (34 orașe și 64 localități din mediul rural) din 22 de județe, în 282 unități de învățământ.

- *** Derularea de sesiuni de informare pentru copii și tineri, structurate pe 5 teme principale: educație sexuală, nutriție și exercițiu fizic, prevenirea comportamentului de consum (alcool, fumat, droguri), prevenirea violenței, promovarea relațiilor pozitive (sănătatea emoțională a copiilor și prevenirea bullyingului) și educație pentru mediu. Sesiunile de informare au fost destinate copiilor din toate ciclurile de școlaritate, implementate de voluntari, cadre didactice și cadre medicale școlare, dar și de reprezentanți ai partenerilor locali. Sesiunile au avut ca metode de lucru activități non-formale, de la egal la egal (peer to peer education). Sesiunile informative au fost susținute în școli, față în față, dar și online în perioadele restricțiilor sanitare. Sesiunile din această perioadă au fost derulate la orele de dirigentie sau alte materii ale profesorilor participanți. În vederea derulării proiectului au fost semnate parteneriate pe plan local cu unitățile de învățământ, dar și cu principalele autorități publice locale: Inspectorate Școlare Județene, Unități de învățământ, Inspectorate de Poliție, Poliția Locală, Direcții de Sănătate Publică, Centre Județene de Resurse și Asistență Educațională, Cabinete de Medicină a Familiei, etc.

- *** Implementarea metodologiei Free of bullying/ Să fim prieteni în 17 de grădinițe (București, Călărași, Focșani,

Dâmbovița). **193 de cadre didactice** au fost formate și au primit materiale didactice specifice programului pentru a le utiliza zi de zi în grădinițe (60 valize cu materiale educaționale și 2400 ursuleți mici). Aceste cadre didactice au participat periodic și la webinari și sesiuni de suport pentru a își consolida tehnicile de lucru cu copiii și părinții, utilizând metodologia Free of Bullying. **2.476 de copii** au beneficiat direct prin implicarea în activități și practici educaționale care au avut menirea de a îmbunătăți climatul educațional pentru crearea de relații pozitive între copii-copii și între copii-adulți. Si-au dezvoltat abilitățile de a se respecta reciproc, de a avea grijă unii de ceilalți, de a fi toleranți și de a avea curajul să-și apere prietenii care nu se pot apăra singuri. Cadrele didactice formate au lucrat cu copii, părinți și copiii pentru implementarea a 4 valori ca parte permanentă și firească a vieții de zi cu zi a copiilor, conștientizarea educatorilor și a părinților în privința impactului pe care îl au adulții asupra relațiilor dintre copii și întărirea colaborării dintre educatori, părinți și copii. Peste **3.500 de părinți** au fost informați și implicați în activități ale proiectului.

- *** Implementarea normelor metodologice antibullying și asigurarea funcționalizării grupului de acțiune antibullying. Acest tip de intervenție s-a derulat în 47 de școli din București, Ilfov, Brașov, Harghita și Ialomița. Activitatea de consultanță și training pe care echipa Salvați Copiii a asigurat-o a avut drept obiectiv general oferirea suportului necesar în vederea aplicării prevederilor normelor metodologice antibullying. **2.262 de**



copii din școlile partenere au participat la activități de informare și conștientizare cu privire la problematica bullyingului. **400 de părinți și 292 de cadre didactice** au beneficiat direct de informări cu privire la prevenirea și gestionarea situațiilor de bullying. Toate școlile implicate au fost consiliate continuu pentru crearea și operaționalizarea grupurilor de acțiune antibullying. În 24 dintre școli au fost operaționalizate grupurile de acțiune antibullying.

*** Consiliere pe tema educației sexuale - Salvați Copiii a continuat colaborarea prin a oferi consiliere online în cadrul platformei SexulvsBarza. **1.650 de adolescenți și tineri** au solicitat informații și au primit răspunsuri care i-au ajutat să soluționeze problemele cu care se confruntă.

*** Consultarea copiilor și tinerilor. Forumul Național al Copiilor – ediția a XXI-a s-a derulat în perioada 31 mai – 2 iunie 2021. Aproximativ **100 de copii** cu vârste între 10 și 17 ani din București și alte 13 județe au discutat despre realitatea din instituțiile de învățământ, în special despre interdependența dintre bullying, violența adulților și climatul școlar. Evenimentul a avut două componente: atelierele copiilor, facilitate de voluntari și specialiști Salvați Copiii (derulate online) și întâlnirea cu reprezentanții Ministerului Educației. Recomandările copiilor pentru reprezentanții MEN au vizat 3 direcții: participarea reală a elevilor la viața școlii, operaționalizarea grupurilor antibullying, creșterea rolului consilierilor școlari. O parte din recomandările copiilor au fost preluate de Salvați Copiii și sunt incluse în activitățile organizației (transpunerea

actelor normative într-un limbaj accesibil copiilor, dezvoltarea de programe care vizează o mai mare implicare a elevilor în amenajarea spațiului de învățământ etc) sau în demersurile de advocacy inițiate (propunerile referitoare la consilierul școlar sau monitorizarea grupurilor antibullying).

*** Tabăra Sănătății, ediția a III-a, s-a desfășurat în perioada 7-10 septembrie 2021, la Bran, județul Brașov, **73 de copii și tineri voluntari** au participat la ateliere de lucru pe tema educației pentru sănătate. În cadrul atelierelor, copiii au fost implicați în discuții și dezbateri facilitate de voluntari cu experiență în derularea de activități pentru copii și de experți Salvați Copiii. Atelierele au fost menite să îi ajute pe copii pentru a reduce impactului pandemiei asupra bunăstării lor mintale și asupra sănătății generale. Pe parcursul celor patru zile de tabără, copiii au învățat cum să procedeze atunci când colegii lor devin victimele hărțuirii, violenței ori batjocurii altor elevi și cum pot face față anxietății de excluziunii sociale, inclusiv în mediul online. Copiii au solicitat informații și au primit răspunsuri care i-au ajutat să soluționeze problemele cu care se confruntă.



Deseori suntem întrebați cum reușim să derulăm proiecte atât de complexe și cum reușim să avem prezență constantă în comunitățile cu copii vulnerabili? Răspunsul se găsește atât în expertiza și dedicarea echipei Salvați Copiii și, în egală măsură, în susținerea financiară a unor companii precum Kaufland România, care s-a dovedit a fi, de-a lungul anilor, un partener privat constant dedicat cauzei copiilor. Știind foarte bine că bunele intenții și ideile valoroase nu se pot concretiza în lipsa resurselor financiare, apreciem în mod deosebit atenția luată în considerare a semnalelor transmise de Salvați Copiii cu privire la probleme și nevoile comunităților dezavantajate și menținerea caracterului multianual al intervențiilor propuse.

Acțiunile Salvați Copiii au inclus, în forme diverse de integrare educațională (preșcolară, Școală după Școală), 180 de copii din familii cu multiple dificultăți sociale și economice și au asigurat informarea a peste 23.000 de copii și adolescenți din 22 de județe pe teme, ignorate sau descurajate de către autorități, deși unanim considerate ca fiind esențiale pentru dezvoltarea lor adecvată (educație sexuală, prevenirea violenței și a comportamentului de consum de risc, promovarea relațiilor sociale pozitive, educația ecologică și nutriția sănătoasă).

Înțelegerea profundă de către echipa Kaufland a provocărilor și soluțiilor identificate de Salvați Copiii în respectarea drepturilor copilului au permis rezultatele menționate mai sus. Mulțumirile pe care le primim din partea copiilor, părinților și cadrelor didactice din programele „Acces la educație” și „Alegeri Sănătoase”, le împărtășim cu partenerii și prietenii noștri - echipa Kaufland România.

**GABRIELA
ALEXANDRESCU**

Președinte
Executiv

Asociația CSR Media for Business Sustainability/ CSR Media pentru Sustenabilitatea Afacerilor

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

CSR pe înțelesul tinerilor

CSR pe înțelesul tinerilor



Studiile arată că cele 3 generații (Generația Z – 18-25 de ani, Millennials – 26-35 de ani – și Mature – peste 35 de ani) sunt tot mai interesate de cum se implică companiile în rezolvarea problemelor din comunitățile locale.

Proiectul are în vedere creșterea vizibilității campaniilor de CSR în rândul tinerilor. Aceștia spun că sunt mai dornici, mai dispuși să cumpere un produs de la un brand care «face bine» decât de la o companie inactivă social.

Proiectul a vizat realizarea a 35 de texte scurte, scrise pe înțelesul tinerilor, pentru a promova și cultiva responsabilitatea socială în România, prin diseminarea de informații relevante prin instrumente și canale proprii de comunicare online.

În plus, în cadrul proiectului au fost realizate și 15 materiale video, distribuite pe pagina de Facebook a asociației, cu target țintă pe tinerii din toată țara.

În acest fel, tinerii au putut afla și învăța din experiența companiilor, despre cum integrează responsabilitatea socială în strategiile de afaceri și despre cum reușesc acestea să se implice în viața comunităților în care activează.

Prin aducerea informației despre acțiunile de CSR într-un singur loc, mai aproape de publicul tânăr, mai pe înțelesul lor, aceștia vor cumpara produse în cunoștință de cauză, de la companiile care se implică activ în comunitățile în care activează, determinând, în final, companiile să se implice din ce în ce mai mult în viața comunității.

Asociația Frilensăr.ro

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

2

Viitorul continuu

Ziua vegetariană în Viitorul continuu

Viitorul continuu



Programul „Viitorul continuu” vine în sprijinul a trei nevoi identificate în ceea ce privește publicul tânăr și categoria adolescenților din comunitatea orașului Târgu Neamț:

- ... nevoia compensării nivelului scăzut al educației în rândul tinerilor privind diversitatea și toleranța;
- ... nevoia îmbogățirii ofertei culturale din comunitățile mici și mijlocii;
- ... nevoia apropierei publicului tânăr de demersul creativ prin abordări multi/interdisciplinare.

„Viitorul continuu” este un program educativ-cultural de creație și cercetare teatrală având ca obiectiv crearea unei platforme de teatru educațional în Târgu Neamț definită ca un spațiu de intersecție creativă atât pentru adolescenți, cât și profesioniști din aria creației teatrale. Tema de cercetare artistică este cea a perspectivelor date de viitorul comunităților locale mici privind diversitatea și toleranța din rândul reprezentanților generației Z, tineri născuți între 2000 – 2020.

Proiectul generează o discuție amplă la nivelul regiunii, și la nivel național, asupra statutului și a viitoarelor transformări educaționale din aria diversității și toleranței prin crearea unui spectacol de teatru și promovarea acestuia într-o stagiune mobilă atât la nivelul județului Neamț, cât și la nivel național. De asemenea, sub aceeași tematică a avut loc un festival laborator în orașul Târgu Neamț.

- ... Componenta nr. 1: Explorarea artistică a contextului local cu privire la diversitate și toleranță și perspective pentru viitor (documentare și spectacol)

Îmbinând instrumente de analiză socială și cercetare antropologică (observarea, sondajul, interviul etc.) cu scrierea dramatică, a fost creat textul spectacolului de teatru educațional. Acesta conține elemente scenografice, coregrafice și muzicale dezvoltate de către participanți. (1 spectacol de teatru)

*** Componenta nr. 2: Turneu „local, zonal, național”.

Reprezentării în 10 localități rurale din județul Neamț, 5 localități urbane naționale și 3 reprezentări în Târgu Neamț

*** Componenta nr. 3: Training intensiv de management artistic

Realizarea de către adolescenți a unei emisiuni radio pentru adolescenți la Radio M Plus Târgu Neamț. (1 emisiune radio săptămânală pe o perioadă de 5 luni)

*** Componenta nr. 4: Festival Laborator educațional participativ pe tema diversității și toleranței.

Componenta a însumat activități de creație teatrală (scriere dramatică, coregrafie, muzică, scenografie, actorie etc.), cercetare sociologică, consiliere psihologică (cabinet psihologic adresat tinerilor participanți) și dezbateri participativă, cât și de promovare a echilibrului în alimentația publică. (1 festival)



Asociația Autism Voice

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

The School Integration Club

*Proiectele dezvoltate de Asociația Autism Voice, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

The School Integration Club



The School Integration Club este soluția Autism Voice pentru integrarea școlară a copiilor ce suferă de autism și alte tulburări comportamentale sau de dezvoltare, astfel încât dreptul la educație pentru orice copil, stabilit prin Convenția Națiunilor Unite cu privire la Drepturile Copilului, să fie respectat întru totul.

Proiectul prevede activități atât de simulare a mediului preșcolar și școlar, cât și activități de dobândire de competențe și aptitudini specifice, pentru a ajuta 20 de copii cu vârsta cuprinsă între 4 și 8 ani, proveniți din medii defavorizate, să fie integrați școlar și să aibă șansa la o calitate a vieții academice, implicit sociale, mai bună prin activități de tip grădiniță/ școală și programe de instruire și de dezvoltare a competențelor (matematice, lingvistice, sociologice, emoționale, creative) prin participarea acestora la ateliere educaționale gândite sub formă de „club de activități de educare, competențe și integrare”. Clubul este gândit a fi structurat în grupuri de lucru care simulează cadrul real

de grădiniță sau școală și vin ca un suport adițional social, emoțional și mental pentru integrarea copiilor la cerințele învățământului de masă.

Proiectul prevede și instruirea psiho-emoțională și dezvoltarea personală a copiilor înscriși în proiect.

După finalizarea proiectului, toate materialele utilizate vor ajuta alți 50 de copii, înscriși în Autism Voice, în parcursul lor de integrare preșcolară și școlară, deoarece acestea se pot reutiliza, astfel încât schimbarea pozitivă în ceea ce privește educația incluzivă a copiilor cu TSA să poată avea ca beneficiari mai mulți copii pentru o perioadă mai lungă de timp.

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea echipei Reality Check: o țară în care programele și politicile publice de combatere a sărăciei și creștere a accesului la educație sunt bazate pe înțelegerea profundă a problemelor de la firul ierbii, sunt dezvoltate în mod integrat, în interesul celor mai săraci copii și sunt aplicate în așa fel încât să aibă un impact pozitiv cât mai mare în viețile acestora.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

3,7 mil. lei

DIN CARE

10%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Împreună pentru un viitor
mai bun în Coroieni -
Fiecare Copil în Grădiniță
& Școală - Ponorâta

Ștafeta pentru educație
2021 - Împreună pentru
Castelu și Coroieni

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

Obiectivele asociației Reality Check sunt:

- *** Implementarea de soluții integrate la firul ierbii și documentarea acestora în vederea dezvoltării de politici publice sau îmbunătățirea acestora pentru a ajuta copiii și familiile din cele mai dezavantajate comunități să iasă din starea de sărăcie;
- *** Monitorizarea modului în care se aplică anumite legi și programe din domeniile educație, locuire, sănătate și protecție socială, în vederea creșterii calității vieții pentru acești copii.

Astfel, asociația desfășoară proiecte de dezvoltare comunitară în două dintre cele mai sărace comunități din România (Ponorâta-Coroieni, județul Maramureș și Castelu, județul Constanța), cu o abordare integrată axată pe creșterea accesului la educație, dar și proiecte de monitorizare a modului în care se aplică anumite legi și programe naționale - acestea pot fi îmbunătățite doar pe baza unor evaluări care să arate ce se întâmplă cu adevărat la firul ierbii și să ne ajute să înțelegem unde sunt problemele și soluțiile posibile.

Ponorâta (Coroieni) este una dintre cele mai sărace comunități din România, cu familii numeroase și natalitate în creștere. Majoritatea celor peste 700 de locuitori trăiesc în condiții greu de imaginat, unii încă locuiesc în corturi improvizate. Sărăcia, lipsa educației și igienei fac copiii vulnerabili la boli. Multe mame sărace nasc prima dată la 13-14 ani și nu știu să îngrijească și să alăpteze copiii. Doar câțiva adulți știu să scrie și să citească. Acasă copiii vorbesc romani și când încep grădinița știu foarte puțin românește. Copiii merg la grădinița și la I-IV în comunitate și la V-VIII în Coroieni. Din cauza sărăciei lui, mulți copii frecventează sporadic, unii repetă clasa,

iar la gimnaziu ajung mai puțin de jumătate. Două treimi dintre cei peste 700 de oameni din Ponorâta sunt copii, iar de când asociația a început intervențiile în comunitate, din ce în ce mai mulți știu să scrie și să citească, iar participarea și rezultatele la evaluarea națională sunt în creștere, numărul copiilor care merg la liceu crescând.

În Castelu trăiesc 4.400 de români, 500 de turci, 180 de tătari și 480 de romi-turci (horahai). Horahaii nu sunt recunoscuți oficial nici de comunitatea turcă, nici de cea romă și chiar dacă unii se declară oficial turci, o parte din ceilalți locuitori îi exclud. Majoritatea locuiesc pe o stradă neasfaltată de la capătul satului. Jumătate trăiesc modest, iar jumătate în condiții inimaginabile, în case suprapopulate și dărăpănate, fără apă curentă și baie. Mulți părinți săraci au sub 4 clase, nu știu să scrie și să citească și au nevoie de ajutor să-și acceseze drepturile. Copiii vorbesc acasă turcește cu romani și nu știu românește când încep școala. Mulți din cei 300 de copii horahai merg rar la școală/ grădiniță, au rămas repetenți sau au abandonat, iar zeci de copii nici nu sunt înscriși. 90 de copii sunt înscriși la A doua șansă, dar nu frecventează regulat pentru că orele sunt în weekend și grupele conțin și adulți. Foarte puțini au rezultate școlare bune. Sărăcia și lipsa igienei fac copiii vulnerabili la boli. Multe mame sărace nasc prima dată la 13-14 ani și nu știu să îngrijească și să alăpteze copiii.

Împreună pentru un viitor mai bun în Coroieni - Fiecare Copil în Grădiniță & Școală – Ponorâta



Aproximativ 200 de copii de la grădiniță și din clasele primare au primit zilnic o masă caldă cu sprijinul Kaufland România. Masa caldă rămâne în continuare principalul element care atrage copiii la școală în mod regulat, în condițiile în care familiile din care provin au zile în care nu pot asigura mâncarea. Unii părinți merg să lucreze cu ziua și, de multe ori, masa pe care o primesc la școală este singura pentru copii până ajung părinții seara acasă. Au primit masă caldă și cei aproximativ 30 de copii din ciclul primar care participă la cursurile de afterschool pentru a aprofunda scrisul și cititul.

Programul vizează creșterea participării școlare și îmbunătățirea performanțelor. Copiii au nevoie de o alimentație corespunzătoare, pentru a putea avea energie și pentru a se putea concentra în procesul de învățare, iar masa caldă permite înainte de începerea activităților a permis acest lucru. Profesorii au recunoscut importanța acestui aspect spunând că, deși le e dificil să spună, copiilor le este foame. Prezența bună la activități, de aproximativ 80%, s-a datorat și mesei calde.

În aprilie și în iunie 2021, specialiștii în educație de la Fundația Noi Orizonturi au venit la Ponorâta să lucreze cu 50 de copii din clasele primare (prevăzuți 28). Copiii care cresc în familii fără posibilități materiale, care nu au cărți acasă, ai căror părinți nu au mers la școală și nu îi pot ajuta, au un start mai slab față de colegii lor în învățarea citit-scrisului. În urma evaluării nivelului de citit-scris, au făcut activități adaptate limbajului și experiențelor de viață ale copiilor pentru ca progresul să nu întârzie să apară. Le-au citit și recitat copiilor cu voce tare o varietate de cârți cu

povești ilustrate ajutându-i să își formeze diverse strategii de înțelegere a textului, au folosit jocuri cu litere și cuvinte, dar și aplicații multimedia care să-i ajute în învățare. Metodele interactive și adaptate nivelului lor, căldura și entuziasmul facilitatorilor au demonstrat că cei mici sunt activi, dornici să învețe și să își depășească propriile limite dacă sunt stimulați.

Pe lângă echipa Noi Orizonturi, au luat parte la activități în calitate de voluntari profesori din comună, precum și reprezentanți ai ISJ Maramureș. Programul zilnic a fost completat cu activități de dezvoltare personală prin aventură și joc care i-au ajutat pe copii să învețe valori ca respectul, organizarea, ascultarea și înțelegerea unor reguli. Jocurile alese de facilitatori au fost deopotrivă distractive și educative, le-au solicitat copiilor concentrarea, depășirea propriilor limite și empatia. Cei mici au înțeles că este important să comunice cu colegii, că lucrul în echipă ajută mult la atingerea la rezultatul propus și că acțiunile fiecăruia sunt esențiale pentru succesul grupului. Toate acestea cu un zâmbet mare pe față și cu curiozitate în ochi. Toți participanții la activități au primit zilnic o masă caldă, cu sprijinul Kaufland România.

În august 2021, Kaufland România a sprijinit copiii și adulții din Ponorâta să ajungă la Straja, în cadrul unor programe de educație prin aventură și dezvoltare personală, acoperind cheltuieli legate de echipamente, produse igienico-sanitare și o parte din mese. Primii au ajuns adulții, 18 la număr: membri ai Grupului de Inițiativă Locală, ai Echipei Locale Interdisciplinare și ai echipei Reality Check.



Aceștia au petrecut un weekend alături de specialiștii Fundației Noi Orizonturi și au luat parte la diferite exerciții menite să unească grupul și să îl facă să funcționeze ca o echipă. O parte dintre participanții la teambuilding au mai fost și anii anteriori la VIAȚA și au revenit cu mare drag. Chiar dacă a fost un efort să plece de lângă familii pentru câteva zile, timpul petrecut în tabără a reprezentat o experiență de neuitat. Echipa de la Coroieni a făcut față cu brio provocărilor oferite de activitățile la joasă înălțime și de cursul de frânghii la înălțime și și-au depășit limitele. Au plecat acasă mai încrezători în propriile forțe și în echipa din care fac parte, cu multe planuri pentru comunitatea lor: pregătirea următoarelor evenimente comunitare: caravana medicală și Ștafeta pentru educație. La o săptămână după revenirea adulților acasă, au ajuns în tabăra VIAȚA 15 copii din Ponorâta, care au avut o prezență bună la activitățile de educație remedială și de educație prin sport. Cele 6 zile petrecute la Straja au devenit cea mai frumoasă amintire din vacanța de vară. Dacă la început le-a fost dor de casă, de părinți și de frați, după ce a început aventura în tabără au uitat de tot și s-au concentrat pe activitățile din camp. Au făcut drumeții, picnic, foc de tabără, au luat parte la multe exerciții care le-au testat limitele și au înțeles puterea echipei în rezolvarea unor situații. Au avut parte de multe experiențe noi. Chiar dacă nu le-a fost ușor, au învățat cât de important e să primești și să oferi încurajări pentru a reuși. S-a aplaudat și s-a râs mult.

Ștafeta pentru educație 2021 - Împreună pentru Castelu și Coroieni



Ștafeta pentru educație reprezintă o activitate de dezvoltare comunitară și este una dintre componentele proiectelor ample, de servicii integrate (educațional, social, sănătate, dezvoltare comunitară), implementate de Reality Check în cele două comunități vulnerabile în care activează: Coroieni (Ponorâta), Maramureș, și Castelu, Constanța. Ștafeta pentru educație a fost gândită ca un eveniment inclusiv, care are rolul de a aduce împreună oamenii de etnie și cu statut socio-economic diferit într-un context pozitiv. Ștafeta pentru educație este unul dintre evenimentele care angrenează toți copiii din cele două comune.

Scopul Ștafetei pentru educație este integrarea prin sport, promovarea incluziunii școlare a tuturor copiilor și creșterea stării de bine a copiilor și a comunității, per ansamblu. Este și o ocazie extraordinară de a aduce toată comunitatea împreună și de a vorbi despre importanța educației, a mișcării, despre fair-play, despre țeluri.

Pe 2 octombrie 2021, **350 de copii** din Coroieni au participat la prima ediție a Ștafetei pentru Educație. La cea de-a treia ediție a Ștafetei pentru Educație de la Castelu, care a avut loc în mai 2022, au alergat aproape **400 de copii**.



Participanții la cele două evenimente, cu vârste cuprinse între 6 și 18 ani, s-au adunat la linia de start în funcție de categoria de vârstă. Toți copiii și-au depășit propriile limite și au învățat că munca în echipă și perseverența aduc voce bună și succes. În paralel, copiii de grădiniță au participat la activități de mișcare și joacă în curțile școlilor, alături de specialiștii Fundației Noi Orizonturi și de profesori voluntari. Toți copiii au primit un echipament sportiv, fructe, dulciuri și apă, precum și o medalie pentru participare. În timp ce copiii au alergat și s-au jucat, părinții și rudele i-au susținut. Câștigătorii de la fiecare categorie au primit premii și medalii.

Kaufland România este un partener de tradiție în organizarea concursurilor de alergare, fiind alături de Reality Check încă din 2018, când a avut loc prima ediție la Castelu. Kaufland a ajutat atât cu poarta



de start, cu corturi, cât și cu asigurarea unei părți din echipamentele și premiile necesare pentru ștafete.



După mulți ani de experiență de lucru la firul ierbii, avem convingerea că doar o abordare integrată, care are educația în centru, este singura modalitate prin care o comunitate vulnerabilă poate fi transformată. Acest proces necesită intervenții constante, pe termen lung, răbdare și perseverență. Cu sprijinul acordat de Kaufland România, reușim să fim aproape de oamenii aflați în nevoie, să investim în educația copiilor și să le oferim încredere în propriile forțe, să construim comunități mai unite și mai tolerante.

Ne bucurăm că Ștafeta pentru educație a devenit un eveniment așteptat cu mic și mare atât la Coroieni-Ponorâta, cât și la Castelu. Nu am fi reușit fără parteneriatul cu Kaufland, care are încredere în noi și în puterea pe care o are sportul pentru a aduce oamenii împreună.

NADIA GAVRILĂ
Președinte

Asociația Centrul de Artă Aluniș

partener
comunitar
nou

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,9 mil. lei

DIN CARE

34%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Școala de Olărit
de la Colți

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Școala de Olărit de la Colți



Școala de Olărit de la Colți este o inițiativă de recuperare și revalorificare a patrimoniului și identității culturale locale în vederea creării unui nou viitor acestui meșteșug, un viitor sustenabil care să susțină dezvoltarea comunității locale și să-i servească pe cei în situații vulnerabile.

Zona Aluniș - Colți și împrejurimile deține o bogată moștenire culturală și artistică insuficient promovată și valorificată. Patrimoniul cultural local, deși unic în țara noastră, nu este fructificat în beneficiul comunității rurale locale. Locuitorii de aici nu au acces la evenimente de artă și cultură, cursuri de formare profesională, programe de educație nonformală pentru copii și tineri sau sprijin în continuarea meșteșugurilor tradiționale.

Proiectul a urmărit facilitarea accesului la educație nonformală și aducerea patrimoniului cultural și tradițiilor locale în atenția copiilor, tinerilor și adulților într-o manieră accesibilă și atractivă. La nivel de comunitate, valorificarea identității locale și promovarea tradițiilor și a moștenirii culturale locale oferă premisele dezvoltării sustenabile prin crearea unui brand cultural local și prin creșterea vizibilității pe plan local și național.

Școala de Olărit de la Colți a derulat un program de educație culturală prin intermediul căruia peste 100 de tineri și copii aflați în situații vulnerabile (din sistemul de stat, zone afectate de sărăcie cu grad ridicat de abandon școlar etc) au beneficiat de ateliere creative de olărit și intervenții de tip terapie ocupațională/ terapie prin artă cu impact benefic asupra dezvoltării creativității și expresivității, creșterii încrederii și stimei de sine și o mai bună integrare socială.

În același timp, în cadrul proiectului, au fost formate profesional și angajate două localnice

fără acces la alte locuri de muncă sau alte opțiuni de câștig. La finalizarea proiectului cele două doamne au devenit primele femei olar de pe valea Buzăului, putând să coordoneze și susțină ateliere de ceramică și modelaj și să creeze vase și obiecte din lut.

Selecția beneficiarilor a fost realizată prin intermediul partenerului de proiect Asociația de Ajutor Amurtel România care coordonează două proiecte locale: Casa de rezidență Familia Amurtel (12 copii orfani) și Centrul de Zi Izvorul Speranței Pânăta (24 de copii provenind din medii profund afectate de sărăcie, risc de abandon școlar). Pentru a mări numărul de beneficiari a fost realizat un parteneriat de colaborare cu DGASPC Buzău și colaborări punctuale cu alte ONG-uri (Asociația Lindenfeld, Casa Bună) și instituții (IJP Buzău, Liceul Special Pentru Deficienți de Vedere Buzău).

Pe lângă facilitarea accesului localnicilor la evenimente de artă și cultură s-a obținut astfel și un sentiment de apartenență și responsabilizare față de protejarea și valorificarea patrimoniului cultural local. Proiectul se află la intersecția dintre educație, cultură și turism propunând revitalizarea meșteșugului olăritului ca alternativă a dezvoltării economice sustenabile locale. Se dezvoltă un model de lucru repetabil și scalabil care poate fi replicat în alte zone rurale/ în beneficiul altor grupuri țintă și pentru activități din alte arii culturale (ex. țesut la război, pielarie etc).

Proiectul este primul pas în dezvoltarea unui proiect mai amplu, Școala de Olărit de la Colți, primul atelier de acest gen din zonă care va funcționa ca spațiu de rezidență și școală pentru artiști, loc de tabere școlare și tabere de artă în parteneriat cu instituții culturale, model de bune practici pentru dezvoltarea

turistică a zonei, reper cultural local și punct de atracție turistică. Introducerea acestora în circuitul turistic și comercializarea ceramicii de Colți vor asigura sustenabilitatea celor două locuri de muncă și continuarea cursurilor gratuite.

Implementarea proiectului a demarat cu amenajarea și utilizarea unui atelier de olărit în fosta școală abandonată a satului Aluniș și cu documentarea ceramicii vechi buzoiene ca bază de lucru pentru realizarea unui produs nou, ceramica de Colți, aceasta urmând a fi introdusă în circuitul comercial. Aici au fost susținute **78 ateliere de olărit și modelaj**, beneficiarii fiind împărțiți în funcție de proveniență, disponibilitate și program etc – cursuri săptămânale au fost oferite gratuit la sediul Asociației Centrului de Artă Aluniș tinerilor și copiilor aflați în grija și atenția partenerilor: Asociația de Ajutor AMURTEL România, Centrul de zi Izvorul Speranței Pănătău, precum și copii din localitățile din împrejurimi (**174 copii și tineri**). Beneficiarii sunt atât copii orfani, care locuiesc permanent în casa Amurtel, cât și copii care provin din medii defavorizate, sărăcie și cu risc de abandon școlar ridicat precum și copii din mediul rural fără acces la ateliere de educație nonformală sau evenimente de artă și cultură.

În cadrul acestor cursuri și ateliere participanții au fost introduși în lumea ceramicii, de la prezentarea instrumentelor și materialelor la tehnici de lucru, și îndemnați să realizeze diverse obiecte din lut sub îndrumarea artiștilor ceramiști și diversilor artiști aflați în acea perioadă în rezidență la Școala de Olărit de la Colți (Smaranda Isar, Victor Costache – artiști ceramiști permanenți; Cristina Iacob – profesor arte plastice și artist; Ruslan Cîrlan – artist plastic; Maria Militaru – artist ceramist și cadru didactic).

Copiii și tinerii și-au exersat creativitatea, abilitățile artistice, au socializat și au luat contact cu tradițiile și meșteșugurile locale



într-o manieră accesibilă și atractivă. Marea majoritate a beneficiarilor au revenit periodic la ateliere, manifestând un interes sporit pentru acest gen de activitate și trecând astfel prin toate etapele realizării unui produs ceramic finalizat.

În perioada 30 aprilie - 8 mai 2022, a fost organizată o **expoziție**, ce a avut drept scop promovarea patrimoniului cultural local, împuternicirea artiștilor și artizanilor locali și creșterea numărului de evenimente culturale din mediul rural în județul Buzău. Expoziția a cuprins o selecție din lucrările realizate în cadrul proiectului de către artiștii rezidenți, cele două doamne olar și beneficiari, dar și obiecte create special pentru acest eveniment, ceramica de Colți. Pe lângă acestea au fost expuse cu vânzare și produse de la artizanii locali (ex. Ion Untea – Colți, Coca Leontescu – Strâmba, Elena Coman – Aluniș, Rodica Pătrașcu – Pănătău).

Un element foarte important în organizarea expoziției a fost implicarea comunității locale pentru a crea un sentiment de apartenență și responsabilizare față de protejarea și valorificarea patrimoniului cultural local. Localnicii au fost încurajați să contribuie în cadrul expoziției cu obiecte tradiționale și din

gospodărie (covoare țesute manual, tablouri cusute, obiecte folosite în diverse obiceiuri locale precum plosca invitație de nuntă, biciul de nuntă, elemente de costum popular, furca de tors etc) și să interacționeze cu vizitatorii pentru a le povesti despre obiectele expuse. Expoziția a fost foarte bine primită de vizitatori care s-au arătat interesați atât de ceramica de Colți și povestea din spatele acesteia cât și interacțiunea cu cele două doamne olar. Expoziția a fost văzută de aproximativ **500 de vizitatori**.

Pentru o vizibilitate cât mai mare a proiectului și o promovare a ceramicii de Colți a fost realizată o galerie digitală tip walk-in disponibilă spre vizitare virtuală pe toată durata expoziției fizice. Galeria a cuprins 50 de lucrări/ obiecte realizate pe durata proiectului de către artiștii rezidenți și doamnele olar. Selecția lucrărilor a fost realizată de artistul rezident Ruslan Cîrlan.

Beneficiari direcți:

- *** 98 de tineri și copii aflați în situații vulnerabile și 76 tineri și copii din localitățile din împrejurimi fără acces la activități culturale au participat la ateliere de olărit, ceramică, modelaj și terapie prin artă

- *** 2 persoane aflate în dificultatea de a-și găsi un loc demuncă au fost angajate și formate ca olar/ asistent olar devenind astfel primele femei olar de pe Valea Buzăului
- *** aproximativ 200 de persoane (localnici sau din satele și comunele apropiate) au luat parte la demonstrații de olărit și au primit informații despre ceramica de Buzău, meșteșugul olăritului și importanța revitalizării tradițiilor și a patrimoniului cultural local

Beneficiari indirecți:

- *** peste 1.000 de locuitori ai comunei Colți care au beneficiat de o mai bună cunoaștere a patrimoniului cultural local, vizibilitate crescută a comunității în plan cultural și turistic și acces sporit la activități și evenimente culturale
- *** peste 3.000 de locuitori ai localităților rurale și urbane din proximitate care au dobândit informații sporite și grad crescut de conștientizare cu privire la moștenirea culturală locală
- *** peste 5.000 de persoane, publicul larg mai bine informat cu privire la patrimoniul cultural buzoiian



Colaborarea cu echipa CSR a Kaufland România a fost una, dincolo de profesionalism și seriozitate, o relație caldă, umană. Abordarea r este una de înțelegere în profunzime a contextului local, al oamenilor implicați și a problemelor, dincolo de formalism, de a merge la rădăcina problemei. Sfaturile oferite au fost valoroase și ne-au adus mai aproape de obiectivele noastre și ne-au oferit o viziune nouă asupra modului în care putem atinge mai mulți oameni prin ceea ce facem.

IULIA GABRIELA IORDAN
Președinte

VIZIUNE & MISIUNE

Proiectele asociației vizează programe naționale pentru școală și familie, suport psihologic și sprijin social pentru comunități, inițiative și strategii de schimbare prin educație. Obiectivele asociației sunt îmbunătățirea și dezvoltarea procesului educațional la nivel național.

NR. PROIECTE

1

Caravana națională Profesor și părinte azi

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Caravana națională Profesor și părinte azi

Lansarea oficială a programului național „Profesor și Părinte Azi”, care contribuie la îmbunătățirea relației școală-familie, a avut loc spre finalul anului 2019 cu participarea a peste 300 de invitați – inspectori școlari, directori ai unităților de învățământ și cadre didactice din București și Ilfov.

Programul este acreditat de către Ministerul Educației, oferind credite transferabile cadrelor didactice care-l urmează. Implementarea lui era programată pentru anul 2020, dar ca urmare a contextului pandemic a fost amânată și reluată în 2021, când a putut avea loc caravana națională.

Caravana și-a propus efectuarea unui tur al tuturor inspectoratelor școlare din România. Scopul proiectului a fost de a identifica nevoile relației școală-familie pentru a asigura implementarea programului într-un mod cât mai autentic și apropiat de comunitate. La întâlnirile din fiecare județ au participat, reprezentanți ai Inspectoratelor Școlare, Caselor Corpului Didactic, Centrelor Județene de Resurse și Asistență Educațională.

Traseul caravanei a acoperit toată țara în perioada 29 martie – 23 aprilie 2021.

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Lume Bună construiește motivație prin educație cu sens, bucurie și creativitate. Valorifică patrimoniul cultural din satul românesc în proiecte complexe, pe termen lung, care au ca scop formarea unei identități culturale, responsabilizarea socială și dezvoltarea creativității copiilor din zonele rurale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

221.000 lei

DIN CARE

3,4%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Antibullying cultural
în diaspora și rural

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea
finanțării

Antibullying cultural în diaspora și rural



„Aproape trei sferturi (72%) dintre elevi s-au confruntat cu agresiuni (bullying) îndreptate împotriva lor cel puțin o dată în ultimul an, însă doar 40% dintre respondenți au avut curajul să își recunoască postura de victimă” – arată primul studiu sociologic realizat la nivel național de Asociația Telefonul Copilului (decembrie 2019) – Față în față cu fenomenul bullying.

Acest context a motivat asociația să aducă în prim plan tematica descoperirii și combaterii bullying-ului. Abordarea acestei teme s-a făcut prin lectură, prin dezbateri facilitate de oameni de cultură (dramaturg, reprezentanți ai editurilor parteneri, actori, muzeografi și alți specialiști din cultură), prin ateliere cu un consilier specialist în tematica bullying-lui și prin ateliere de creativitate (exprimarea vizuală a copiilor).

Proiectul a avut două mari etape de desfășurare:

1. Ateliere online – comunicare între rural și diaspora

În această etapă, au fost organizate ateliere online pentru 45 de copii (25 copii din rural și 20 copii din diaspora) și 8 profesori. Acestea au inclus: club de lectură pe baza cărții Copii Răi, atelier de dezbateri în urma lecturării cărții (atelier facilitat de către Mihaela Mihailov,

autoarea cărții), ateliere de artă dramatică (facilitate de către actrița Katia Pascariu, cea care a interpretat rolul principal în piesa de teatru Copii Răi), ateliere cu un consilier specialist în tematica bullying-lui și atelier de creativitate (exprimare vizuală a cărții citite).

La finalul atelierelor online copiii au organizat 7 expoziții culturale pe tema combaterii bullying-ului.

2. Ateliere offline – Caravana Magia Educației la Sat

Atelierele în format fizic au ca beneficiari 75 copii și 22 profesori, din Faraonele, județul Vrancea și Vaideeni, județul Vâlcea. Caravana Magia Educației la Sat are ca scop desfășurarea de ateliere de creativitate și educație nonformală pentru copii și profesorii din comunitățile vizate, dar și dotarea școlilor cu cărți pentru a organiza periodic ateliere tip club de lectură.

Astfel, copiii învață cu ajutorul voluntarilor de la Asociația Lume Bună cum poate fi folosită cultura pentru combaterea fenomenului de bullying din școală și comunitate. Scopul proiectului este de a promova incluziunea, diversitatea, toleranța și combaterea fenomenului de bullying în rândul copiilor.



Ne bucură interesul și implicarea Kaufland România într-o diversitate mare de proiecte din educație, cultură, social, mediu și sănătate. Proiectele noastre au un bun impact în ameliorarea diferențelor dintre rural și urban în ceea ce privește accesul la oportunități de educație și cultură, iar continuarea lor necesită o investiție constantă și pe termen lung de resurse umane și financiare. Sperăm ca parteneriatul nostru să fie de lungă durată și împreună să oferim șanse egale pentru copii din rural și facem o lume mai bună prin educație.

LARISA POPESCU
Președinte

VIZIUNE & MISIUNE

Din 2004, misiunea Asociației OvidiuRO este de a facilita accesul la educație timpurie de calitate pentru toți copiii din România și în special pentru cei proveniți din grupuri vulnerabile. Asociația mobilizează resurse private și publice pentru a pilota și extinde ulterior la nivel național intervenții integrate socio-educaționale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

4,9 mil. lei

DIN CARE

23,88%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Calendarul
România de Poveste

Punguța cu două cărți

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Calendarul România de Poveste



Calendarul România de Poveste face parte din proiectul România de Poveste și conține fotografii obținute pro-bono de la Dan Dinu (inițiator și fotograf România Sălbatică).

Misiunea proiectului România de Poveste: să inspire copiii să realizeze o schimbare pozitivă pentru mediul natural în care trăiesc, printr-o serie de ateliere lunare prin care sunt explorate contexte și modalități de învățare și dezvoltare timpurie a copiilor, cu focus pe dezvoltarea cognitivă și cunoașterea lumii.

Scopul proiectului a fost construirea infrastructurii necesară literației și științei în grădinițele din comunități rurale defavorizate.

Prin acest proiect, OvidiuRO și-a propus să ofere educatoarelor și preșcolarilor din România calendare cu flora și fauna României, ce pot fi transformate în fișe de lucru și studiu și de care pot beneficia mai multe generații de copii. Ca urmare a participării preșcolarilor în proiect, aceștia se vor transforma din copii care observă natura în copii care iubesc și protejează natura, iar ca adulți vor manifesta grijă și respect pentru mediu.

498.000 de copii au avut la dispoziție, fiecare la grupa sa, un calendar Kaufland cu flori și fauna din România.

33.000 de educatoare au participat la sesiuni de informare și au avut la dispoziție câte un calendar educațional.

1.000 dintre profesorii ce au primit calendare au participat la sesiuni de formare online, dedicate activităților bazate pe filele calendarului.

Calendarul a fost pregătit prin mai multe întâlniri între OvidiuRO și Dan Dinu, autorul fotografiilor, alături de trainerul STEAM Andreia Petcu. Layout-ul a fost realizat de echipa de la Kort Design, colaborator OvidiuRO.

Calendarul a fost produs în decembrie 2021, iar distribuția s-a făcut în ianuarie 2022 prin intermediul Inspectoratelor Școlare Județene.

Lansarea calendarului a avut loc pe 1 decembrie 2021 printr-o sesiune live pe pagina Facebook a OvidiuRO. A urmat o sesiune de formare pentru profesori în care au fost descrise metodele prin care poate fi folosit calendarul la grupele de grădiniță. Toate sesiunile de formare România de Poveste au avut exemplificări din calendar.

Punguța cu două cărți



Micșorarea decalajului educațional produs de stimulii de învățare insuficienți la care sunt expuși copiii din familii sărace în primii ani de viață – de la nivel conversațional până la lipsa cărților – este esențial pentru a scădea riscul de abandon școlar timpuriu de mai târziu.

În România, din cei 600.000 de copii de vârstă preșcolară, aproximativ 83% sunt înscriși la grădiniță. Procentul este cu 10% mai mic la sate față de mediul urban. Abandonul școlar este de 18,1%, iar în mediul rural ajunge la 26,6%, față de 10,6% în UE în 2018, pe fondul gradului de sărăcie și al gradului scăzut de educație al părinților. Analfabetismul funcțional este de 44%. Diferențele educaționale între copiii ce trăiesc în familii sărace și cei care trăiesc în familii cu un venit mediu sunt mari, încep din primii ani de viață și se adâncesc în anii de școală.

Părinții săraci nu au resurse de a cumpăra cărți, căci acoperirea nevoilor de bază este mai urgentă. Din cauza nivelului de educație adesea scăzut al părinților din astfel de comunități, ei nu cunosc importanța educației și nu o consideră o prioritate pentru copiii lor. Este dovedit că dintr-o carte un copil învață de 3 ori mai multe cuvinte noi decât dintr-o conversație, de aceea este important să fie expuși copiii la cât mai multe cărți, încă din primii ani de viață. De aici nevoia de a oferi și de a citi cărți copiilor din medii defavorizate, apropiindu-i astfel de grădiniță și de școală.

Asociația OvidiuRo și Kaufland România au lansat, pe 24 martie 2021, cea de-a doua ediție a proiectului „Punguța cu două cărți”, care încurajează lectura începând din primele luni de viață. Obiectivul este de a oferi copiilor din familii defavorizate stimulare cognitivă încă de la vârste fragede și să aibă, astfel, un start bun în viață.

La fel ca în anul anterior, proiectul a fost implementat la nivel național în cele mai sărace comunități rurale și urbane, acolo unde ambasadori ai lecturii își doresc să susțină proiectul pe bază de voluntariat. Astfel, **17.000 de copii** de 0-3 ani din familii defavorizate au primit pentru acasă câte o punguță cu două cărți ilustrate, adecvate vârstei lor, iar părinții au fost informați despre importanța educației timpurii, a frecventării grădiniței de către copii și a cititului alături de aceștia.

1.700 de ambasadori ai lecturii (profesori de învățământ preșcolar, învățământ primar, bibliotecari, asistenți sociali, mediatori școlari, asistenți medicali comunitari) au participat la traininguri centrate pe literație și au primit câte un set de 2 cărți pentru a susține activități de lectură cu copii de 0-3 ani și cu părinții lor. În acest mod, profesorii participanți la formările susținute de OvidiuRo au fost mai pregătiți și mai determinați să includă în propriile activități cu copiii de grădiniță, cărțile și sesiunile de citit împreună. În același timp, s-a realizat și comunicarea către publicul larg a importanței accesului la cărți pentru copiii antepreșcolari.



”

A fost odată „o punguță cu două cărți”, care a ajuns la peste 27.000 de copii cu vârste între 0-3 ani și familiile lor, peste tot în țară, datorită parteneriatului cu Kaufland. Apoi, am continuat cu „România de poveste”, un material didactic auxiliar sub forma unui calendar, cu fotografiile extraordinare realizate de Dan Dinu, care în prezent se regăsește în toate grădinițele din România. Practic, am reușit împreună să aducem mai aproape de copiii preșcolari din întreaga țară lectura și o altfel de cunoaștere asupra lumii înconjurătoare, pentru ca aceștia să beneficieze de stimulare cognitivă încă de la vârste foarte mici.

Doar cu astfel de parteneriate unde găsim soluții prin care fiecare copil să aibă șanse egale de a învăța și a se dezvolta armonios, încă din primii ani de viață, și putem avea viitori adulți responsabili, inclusiv față de mediul înconjurător.

MARIA GHEORGHIEU
Cofondator Asociația OvidiuRO

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este crearea unui mediu potrivit în care liderii pot crește atât la nivel personal, cât și profesional.

NR. PROIECTE

1

CEOs Back to school

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

CEOs Back to school

CEO Clubs International, una dintre cele mai mari și importante organizații non-profit de business din lume, ce are ca obiectiv principal crearea unui mediu favorabil pentru dezvoltarea liderilor și acela de a-și inspira și educa membrii, într-o atmosferă de prietenie și gândire neconvențională, are o rețea puternică, alcătuită din 100 de CEO și oameni de afaceri reprezentativi care se află la conducerea unora dintre cele mai importante companii din România.

„CEOs Back to School” este o serie de întâlniri între membrii CEO Clubs International și elevii claselor a XI-a și a XII-a de la liceele din București.

Scopul proiectului este crearea unor sesiuni de consiliere pentru combaterea abandonului școlar și pentru a inspira elevii și a crea discuții despre viața reală, învățare continuă și valoarea pe care o are împărtășirea experienței proprii, prin discursuri inspiraționale și dialog între studenți și profesioniști de top și directori de companii din diverse domenii, astfel încât să poată fi modele pentru studenți. Aceste sesiuni de consiliere oferă o modalitate structurată de a permite și de a sprijini relațiile să crească și să prospere. În același timp, aceste sesiuni îi ajută și pe profesori să susțină nevoile academice, sociale și emoționale ale elevilor lor.

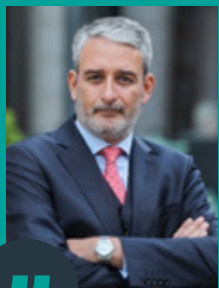
Potrivit Raportului Național de Alfabetizare, emis în România în mai 2022 (un studiu bazat pe rezultatele testului de alfabetizare a 47.000 de elevi români din toată țara, din clasele secundare), 42% dintre elevi au obținut calificativul „non-funcțional” care îi plasează într-o poziție de analfabetism, în timp ce aproximativ 20% dintre elevii care au fost testați (adică 8% din totalul populației școlare) sunt pe punctul de a trece de „minimul funcțional”. Din testele colectate, doar 11%



dintre studenți sunt plasați în categoria „funcțională” și au demonstrat că au capacitatea de a localiza, înțelege și sintetiza informații dintr-o probă scrisă.

Din cauza restricțiilor impuse de pandemia COVID-19, în 2021 a putut fi organizat un singur eveniment cu prezență fizică în cadrul Cambridge School of Bucharest, în luna martie, la care au participat 100 de studenți. În luna noiembrie a fost organizată o sesiune online în cadrul International School of Bucharest.

În 2022, au fost organizate 3 sesiuni la care au participat 100 de elevi în cadrul Cambridge School of Bucharest (Marta Branska, CEO IBM Romania și Paul Dragoiu, CEO BSS), Colegiul Național Gheorghe Șincai (Raluca Rusu, CEO Computaris Europe și Mihai Voicu, CEO Bergenbier), Colegiul Economic Virgil Madgearu (Daniela Iliescu, Patria Bank și Sotiris Chatzidakis, Fondator CEO Clubs).



Kaufland România a susținut încontinuu un proiect care reunește liderii de vârf din țară cu viitorul României, tinerii. Este absolut vital pentru noi toți să facem tot ce putem pentru a ajuta țara aflată la această răscruce de drumuri.

SOTIRIOS CHATZIDAKIS
Executive Vice President

Asociația Untold

partener
comunitar
de tradiție

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1 mil. lei

DIN CARE

60%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Bac de 10

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de
angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

Proiectele dezvoltate de Asociația Untold, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație, Social și Sport & Sănătate

Bac de 10



Ajunsă la cea de-a șaptea ediție, campania „Bac de 10” le-a oferit acces gratuit la edițiile UNTOLD și Neversea din 2021 tuturor absolvenților de liceu care au luat nota 10 la examenul de Bacalaureat.

În plus, toți tinerii care au promovat examenul de Bacalaureat, inclusiv la sesiunea de toamna 2021, au primit câte un voucher valoric care a putut fi folosit la achiziționarea abonamentelor pentru edițiile UNTOLD și NEVERSEA din 2021.

Pe lângă accesul gratuit la ambele festivaluri, toți absolvenții de 10 au primit și un voucher de 500 de lei din partea Kaufland România, valabil într-un supermarket partener.

La ediția din 2021 a festivalurilor UNTOLD și Neversea au avut acces gratuit și absolvenții care au luat nota 10 la examenul de Bacalaureat în 2020.

După succesul longevivei campanii „Bac de 10”, UNTOLD a extins inițiativa și prin „Student de 10”. Toți studenții din universitățile de stat care au trecut sesiunea de vară cu nota 10 au avut parte de intrare gratuită la UNTOLD 2022.

Organizatorii cred că tinerii care excelează la învățat trebuie promovați și încurajați mai mult, de aceea, an de an îi premiază cu câteva momente de relaxare, distracție și amintiri de neuitat.

În plus, toți studenții care au promovat toate examenele din sesiunea de vară, au putut achiziționa abonamentul UNTOLD cu un discount de 64 de euro.



Fundația United Way of Romania

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea United Way of Romania este aceea a unei comunități prospere, capabilă să își susțină membrii să-și atingă potențialul maxim.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

9,1 mil. lei

DIN CARE

10,85%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Educație pentru viitor

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul



Educație pentru viitor



Proiectul „Educație pentru viitor” vizează acoperirea unor nevoi generate de pandemia de COVID-19. Pentru copiii aflați în risc de sărăcie sau excluziune socială școala online a fost dificil de accesat, astfel că proiectul



propune activități suport pentru îndeplinirea sarcinilor școlare curente și remediale pentru recuperarea întârzierilor datorate perioadelor de restricții.

Scopul proiectului este de a sprijini copiii vulnerabili pe traseul lor educațional, printr-o metodă integrată de intervenție, ce cuprinde activități de tip școală după școală, precum și implicarea adulților din viața copiilor în a forma o rețea de susținere și încurajare. Astfel, prin prevenirea eșecului și abandonului școlar este susținută educația comunităților și creșterea nivelului de reușită al membrilor săi.

Concret, în centrele comunitare sunt organizate activități educaționale formale și non-formale. Un rol aparte îl are tutoratul prin care elevii mai mari îi ajută pe colegii mai mici la teme. De asemenea, părinții sunt consiliați și primesc îndrumare profesională pentru a putea oferi un mediu familial corespunzător. Pentru a lucra eficient cu copiii și familiile vulnerabile, cadrele didactice beneficiază, la rândul lor, de sesiuni de formare.

Cele 5 centre comunitare în care copiii proveniți din familii vulnerabile participă la activitățile propuse se află în raza municipiului Timișoara, comuna Bucovăț, oraș Gătaia, sat Carani și comuna Sănandrei. Acestea au fost selectate pe baza nevoii crescute de sprijin, precum și pe baza deschiderii spre colaborare a autorităților locale.

Principalele activități din proiect dedicate copiilor sunt: școală după școală în timpul căreia copiii primesc o masă caldă, dar și sprijin educațional, învățare non-formală în cadrul căreia elevii își dezvoltă abilitățile și competențele prin activități de tip: cluburi de creativitate și socializare, cluburi de dezvoltare personală, Cluburi STEM, educație financiară, activități sportive etc. și tutorat prin care

copiii cu rezultate școlare bune acordă ajutor la teme sau la recuperarea lacunelor școlare beneficiarilor din proiect.

Părinții participă la: sesiuni de educație parentală bazate pe curricula dezvoltată anterior de United Way Romania care ating teme precum managementul stresului și furiei, dezvoltarea relației bazate pe încredere, dezvoltarea copilului, comunicare, educație și disciplinare pozitivă, activități educaționale părinte-copil care facilitează exprimarea emoțiilor, trăirilor, temerilor și dorințelor, într-un mediu sigur, facilitat de specialiști, oferindu-li-se posibilitatea copiilor de a evolua în siguranță și de a învăța din experiența inedită alături de părinți, dar și părinților de a face schimb de experiență între ei precum și sprijin și îndrumare profesională, inclusiv cursuri de calificare și suport pentru găsirea unui loc de muncă.

Cadrele didactice beneficiază de formare pentru dobândirea de competențe în lucrul cu copii și familii vulnerabile, pe baza unui curriculum elaborat de UWRO, „Managementul sistemic al clasei de elevii”, acreditat de Ministerul Educației și Cercetării în 2020.

Până în prezent, peste **250 de copii** au beneficiat de acest proiect.



Proiectul Educație pentru viitor desfășurat de United Way România este un proiect care se adresează copiilor din medii vulnerabile și care vizează reducerea ratei de abandon școlar și a nivelului de analfabetism funcțional în Județul Timiș. Ne bucurăm tare mult că putem derula acest proiect împreună cu Kaufland România, astfel încât acești copii să aibă șansa la educație pe termen mediu-lung și la un viitor mai bun.

ADRIANA-ANA DOBREA
Director Executiv

NR. PROIECTE

1

Festivalul „Al 5-lea
element EΔucația”

Festivalul „Al 5-lea element EΔucația”



Festivalul „Al 5-lea element EΔucația” a fost lansat de Finnish Teacher Training Center, Asociația Ovidiu Ro și SuperTeach cu scopul de a crea un cadru de comunicare și colaborare pentru comunitatea celor activ implicați în procesele de transformare în domeniul educației, dornici de o schimbare din interior.

Cea de-a doua ediție a Festivalului „Al 5-lea element EΔucația” a fost organizat la Sâncel, județul Alba în memoria Ralucăi Ana Medeșan, între 26 și 29 august 2021. Profesorii din toată țara au sintetizat cele mai bune practici identificate în timpul școlii remediale pentru copii, au elaborat predicții privind începerea anului școlar, perspective despre lecții învățate, lucruri testate și practici inovative în educație și au vorbit despre puterea comunităților în educație schițând portretul profesorului mentor.

Raluca Ana Medeșan a fost co-fondatorul proiectului Profesorul digital, doctorand în Științele educației la Facultatea de Psihologie și Științele Educației din cadrul Universității din București și implicată în mai multe proiecte pentru modernizarea predării și a carierei didactice. De asemenea, Raluca Ana

Medeșan a fost co-creatorul programelor de Managementul Carierei Didactice și Profesorul Digital din cadrul Finnish Teacher Training Center, dar și inițiatorul pilotului „Pepper – asistent de învățare la Școala Finlandeză Sibiu”.

Din programul Festivalului a făcut parte și conferința Superteach unde au participat Radu Szekeley (Secretar de Stat în Ministerul Educației), Elena Lotrean (co-fondatoarea Școlii Finlandeze ERI Sibiu), Andreea Ciortea (trainer Future Capital), Oana Moșoiu (lector universitar la Facultatea de Psihologie și Științele Educației din cadrul Universității din București), Ana Maria Rusu (profesor de Educație muzicală în Focșani), Iulia Măndășescu (profesor Școala Specială Gimnazială pentru Surzi nr. 1, București), Adriana Bârcean (arhitect al educației la Fundația Noi Orizonturi), Ioana Cătăuță (director al Școlii Gimnaziale Ion Pop Reteganul Sâncel), Bogdan Rațiu (profesor de Limba și literatura română la Liceul Teoretic Bolyai Farkas din Târgu-Mureș), precum și Anca Nedelcu (profesor universitar doctor la Facultatea de Psihologie și Științele Educației din cadrul Universității din București) și părintele Constantin Necula (prin zoom).



NR. PROIECTE

1

Programul Pandemic
pentru Patrule 2.0

Programul Pandemic pentru Patrule 2.0



Vremurile pe care le trăim ne determină să ne adaptăm întrucât este important să fim „Gata Oricând” și să oferim copiilor și tinerilor noștri activități relevante, astfel încât cercetășia să le fie un sprijin real în această perioadă, și să fie, totodată, prezentă în comunitate.

Program Pandemic pentru Patrule 2.0 vine ca răspuns la nevoia adresată de mai multe Centre Locale de a avea un cadru de program standardizat, care le poate ghida activitatea curentă, derulată cu restricții, și totodată, vine ca recunoștință din partea echipei pentru succesul primei ediții PPP.

Programul este axat, asemenea programului pilot, pe: lucrul pe grupuri mici/ patrule/ unități și natură.

Programul s-a derulat pe o durată de patru luni și jumătate (februarie – jumătatea lunii iunie) și conține un sistem de activități/ provocări, pentru toate cele patru ramuri de vârstă. Aceste activități oferă cercetășilor un mediu sigur de dezvoltare luând în considerare limitările generate de COVID-19.



Asociația Umanitară Gloria Education Found

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Gala Premiilor
în Educație

Gala Premiilor în Educație



Gloria Education Foundation este una dintre cele mai active fundații umanitare nonprofit din zona de Est a României și alături de cei mai buni, GFG Foundation, produce continuu schimbări în educație, în mediu, artă, cultură, dezvoltare și sport.

În luna iulie 2021, în Galați, aproximativ **700 de tineri** cu merite deosebite au fost premiați în cadrul evenimentului Gala Excelenței în Educație.

În contextul pandemic recent, în care școala și-a mutat activitatea în mediul online, iar actul educațional a fost pus la încercare atât pentru elevi, cât și pentru profesori, Asociația Gloria Education, în parteneriat cu Primăria Municipiului Galați, au pus în lumină eforturile celor care au reușit chiar și în aceste condiții să facă performanță.

S-a acordat și premiul „Cel mai bun ONG”, și desigur, au fost premiați și profesori cu merite deosebite în reușitele elevilor la concursuri, olimpiade sau diverse alte proiecte.



Asociația Prietenii de lângă tine

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Școala sigură pentru
copiii cu dizabilități

Școala sigură pentru copiii cu dizabilități



Școala Gimnazială Specială din str. 1 Decembrie 1918, nr. 83 din municipiul Giurgiu, a desfășurat în aprilie 2021 un eveniment în cadrul proiectului „Școală sigură pentru copiii cu dizabilități”, derulat de Asociația „Prietenii de lângă tine” în parteneriat cu Kaufland România.

Analizând situația din Școală Gimnazială Specială Giurgiu și ținând cont că beneficiarii acestei școli sunt copii cu diverse dizabilități s-a identificat nevoia asigurării de produse specifice care, prin utilizarea lor, să reducă riscul infectării cu virusul SARS-CoV-2. Marea majoritate a copiilor care frecventează cursurile Școlii Gimnaziale Speciale Giurgiu provin din familii aflate în dificultate. Proiectul – care s-a adresat celor **97 de copii** cu dizabilități care frecventează cursurile și familiilor lor, precum și celor **33 de cadre didactice** – se circumscrie măsurii vizând interesul strategic național, acela de a asigura în bune condiții desfășurarea activităților; a permis elevilor să participe în mod direct, egal și nediscriminatoriu, la procesul educațional, dar și de recuperare.

Scopul proiectului a fost diminuarea riscul de infectare cu virusul SARS-CoV-2 și

deprinderea regulilor de igienă pentru copiii cu dizabilități din cadrul Școlii Gimnaziale Speciale Giurgiu, precum și sprijinirea familiilor copiilor cu dizabilități.

Copiii au primit produse alimentare, dezinfectanți, dar și produse de igienă personală.



Asociația Îngeri pentru Suflete

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este crearea unui mediu potrivit în care liderii pot crește atât la nivel personal, cât și profesional.

NR. PROIECTE

1

Rechizite pentru viitor

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Rechizite pentru viitor



Asociația „Îngeri pentru Suflete” s-a născut din dorința de a ajuta copiii și vârstnicii din comunități defavorizate ale României, de a face bine, de a aduce un zâmbet pe chipurile celor care n-au mai zâmbit de multă vreme. Asociația desfășoară 5 campanii permanente, are peste 300 de voluntari din țară și străinătate, prin care a ajutat până în acest moment peste 50.000 de persoane.

Campania „Rechizite pentru viitor” are ca scop limitarea abandonului școlar și susținerea educației în rândul elevilor din familii defavorizate. Din nefericire, în zonele sărace din mediul rural, abandonul școlar este un fenomen care încă face multe victime. România va avea nevoie în următorii ani de fiecare tânăr, pentru a putea face față provocărilor de pe piața muncii și să asigure o dezvoltare economică pe care ne-o dorim.

În 2021, asociația a reușit să ajute aproximativ **10.000 de copii** cu ghiozdane complet echipate și cu pachete de rechizite speciale pentru copii cu dizabilități. Pe lângă rechizite, copiii au găsit în ghiozdane și dulciuri, pentru că zâmbetele contează. În plus, asociația a distribuit și încălțăminte, îmbrăcăminte și produse alimentare pentru copii care au nevoie de ele.



Colaborarea cu Kaufland România ne-a adus mai aproape de acei copii aflați în nevoie, reușind să ajungem la un număr mai mare de beneficiari comparativ cu cel estimat anterior sponsorizării. Mulțumim!

ALEXANDRA IZABELA TIMAR
Președinte

”

Asociația Act for Tomorrow ...92

Asociația Orașul Meu, Culoarele
Mele ...96

Asociația Institutul de Cercetare în
Permacultură din România ...99

Asociația Ivan Patzaichin -
Mila 23 ...102

ViitorPlus - Asociația pentru
Dezvoltare Durabilă ...108

Asociația Industrii Creative ...110



6

asociații partenere

8

proiecte

203.101

beneficiari

mediu

Asociația Act for Tomorrow

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Rolul organizației este acela de a promova o cultură a responsabilității civice și sociale în rândul cetățenilor și de a-i educa cum să își îmbunătățească calitatea vieții într-un mod sustenabil, însă fără a periclita resursele generațiilor viitoare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

5,8 mil. lei

DIN CARE

69%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

4

Acțiunea pentru Ape

Pădurea Kaufland

Green Events

Schimbă PET-ul cu
biletul

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete sociale
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protecție a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să reducem numărul de
voluntari
Am fost nevoiți să scalăm dimensiunea
proiectelor

Acțiune pentru APE



Asociația Act for Tomorrow și Kaufland România, cu sprijinul Ministerului Mediului, Apelor și Pădurilor și Administrația Națională Apele Române, au lansat cea de-a treia ediție a programului „Acțiune pentru Ape - A.P.A”, un proiect de protecție a apelor.

Proiectul include mai multe componente, printre care și instalarea celui mai mare sistem de colectare separată a deșeurilor pe litoralul românesc, în formă de animale marine gigant, reprezentând șase delfini, un sturion, un crap și o țestoasă.

Cele 9 animale reprezintă cele mai cunoscute specii protejate din apele din România și au rolul de a trage un semnal de alarmă asupra impactului pe care deșeurile îl au asupra ecosistemelor acvatice.

Sistemele de colectare își propun să creeze un contrast vizual prin formele și dimensiunile pe care le au și fac referire la pericolul pe care deșeurile îl reprezintă pentru animalele acvatice, în contextul în care anual, aproximativ 8 milioane de tone de plastic ajung în mările și oceanele lumii, iar 1 milion de păsări marine și 100.000 de mamifere marine, pești, țestoase mor în fiecare an doar din cauza deșeurilor de plastic, 40% din speciile existente de balene, delfini și marsuini, toate speciile de țestoase marine și aproximativ 36% din speciile de păsări marine ingerând deșeuri de plastic.

Un prim pas pentru prevenirea și combaterea poluării cu microplastic a mediilor marine este educarea populației cu privire la impactul deșeurilor asupra ecosistemelor acvatice, precum și asigurarea infrastructurii de colectare separată a deșeurilor, care previne abandonarea acestora pe plajă sau în apă și degradarea în particule de microplastic.

În infrastructurile special amenajate turiștii au putut colecta separat deșeurile reciclabile din materiale de plastic și metal, cum ar fi recipiente de băuturi răcoritoare din PET sau doze de aluminiu. Ulterior, acestea au fost preluate și trimise către stații de sortare, urmând a fi reciclate și transformate în noi resurse.

Complementar acestei acțiuni, în perioada sezonului estival (iulie-septembrie), Asociația Act for Tomorrow și Kaufland România au derulat o campanie de conștientizare „Față în față cu deșeurile din ape”, prin organizarea a două expoziții cu 11 materiale ce înfățișează cele mai cunoscute specii de animale acvatice din România puse în oglindă cu cele mai întâlnite deșeuri abandonate pe plajă. Cu sprijinul voluntarilor, au informat turiștii referitor la impactul pe care poluarea cu deșeuri a apelor îl poate avea asupra speciilor aflate pe cale de dispariție.

Cele două expoziții au fost amplasate pe Plaja Reyna din Constanța și Plaja Nomad din Năvodari, unele dintre cele mai importante plaje din stațiunile turistice de pe litoralul românesc.

De asemenea, cei care au ales să colecteze separat au fost recompensați cu premii, precum baterii externe cu încărcare solară, paie reutilizabile și alte surprize.

O altă componentă a campaniei o reprezintă dezvoltarea primei ambarcațiuni 100% electrice din Europa, care colectează deșeurile din ape – EBISU.

„Ebisu – Protectorul apelor” este compus dintr-un motor electric, alimentat cu energie din baterii model Tesla 3, cu încărcare directă de la panourile solare, având un motor de 18 kw și cu o baterie de 40 kw.

Ambarcațiunea este dotată cu o bandă colectoare având ca dimensiuni 2.900 x 890 mm, care susține o greutate de peste 150 kg de deșeuri. Într-un interval de câteva ore, Ebisu poate colecta peste 300 kg (plastic, sticle, metal, textile), cu lățimi de până la 80 cm. Toate deșeurile colectate sunt sortate încă de pe ambarcațiune, pe 4 categorii: plastic, biodegradabil, alte deșeuri reciclabile, deșeuri nereciclabile. Noutatea constă în încărcarea directă de la panourile solare, care îi conferă independență deplină în procesul de colectare a deșeurilor.

Ambarcațiunea a fost proiectată de la zero în România, de Asociația Act for Tomorrow și colaboratorii săi, iar întregul ansamblu a fost realizat în țara noastră.

Cu ajutorul ambarcațiunii, au fost desfășurate acțiuni de ecologizare în Golful Cernei (Mehedinți), Lacul Târlung (jud. Brașov), Dunavățu de Jos, Delta Dunării (jud. Tulcea). Au fost colectate 2.250 kg de deșeuri, cu ajutorul a 105 voluntari.

Pădurea Kaufland

Pădurea Kaufland este unul dintre cele mai importante proiecte de responsabilitate socială și implicare comunitară, dezvoltate de Act for Tomorrow și Kaufland România, care are ca obiectiv încurajarea voluntariatului în rândul angajaților companiei.

Astfel, prin acțiuni de plantare desfășurate pe parcursul a 2 ani, angajații Kaufland dau naștere unei noi păduri de stejar roșu, frasin și tei, pe o suprafață de 3,6 hectare, în comuna Scorțeni, județul Prahova.

Pentru a transmite un mesaj cu puternic impact vizual asupra problemei poluării apelor cu deșeuri și asupra impactului acestora asupra ecosistemelor acvatice, a fost lansată cea mai mare pictură murală din lume, care purifică aerul.

Lucrarea de artă murală „Reflexii marine – Fața nevăzută a poluării” a fost realizată cu vopsea purificatoare Airlite, pe o suprafață de 2.000 de mp2, pe zidul Reyna Beach din Constanța.

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 CO2 și neutralizează echivalentul gazelor emise de 428 de mașini Euro6.

Conferința de presă de la lansarea picturii a fost însoțită de activități sportive și sesiune educaționale, dar și de un concert Smiley și proiecția în aer liber a documentarului România Sălbatică, cel mai mare proiect de fotografie și film documentar dedicat naturii din țara noastră.



În primăvara anului 2021 au avut loc primele acțiuni de plantare ale pădurii, iar până în prezent au fost desfășurate 4 acțiuni de plantare. Angajații Kaufland România au venit din toată țara, determinați să-și dedice timpul liber naturii și implicării, pentru a transforma România într-o țară unde pădurile ocupă locul meritat.

Acțiunile de plantare au continuat și în 2022.

Schimbă PET-ul cu biletul



Campania „Schimbă PET-ul cu biletul” este prima campanie din România care a avut ca obiective încurajarea folosirii transportului public și promovarea colectării și reciclării deșeurilor care, pe lângă faptul că au fost transformate în noi resurse, în acest context, au facilitat și accesul locuitorilor la transportul public. 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, dezvoltată de Asociația Act for Tomorrow și Kaufland România, cu sprijinul Ministerului Mediului, Apelor și Pădurilor, a fost organizată inițial la Constanța, timp de 6 ediții. Ulterior, a fost extinsă la nivel național, sub forma unei Caravane, care a ajuns în Craiova, Iași, Timișoara, Buzău, Galați și Sibiu. Extinderea campaniei a fost posibilă deoarece, începând cu 1 septembrie 2021, toate magazinele Kaufland din țară dispun

Green Events



Prin #GreenEvents, asociația își propune să fie prezentă la cât mai multe evenimente pe care să le transforme într-unele sustenabile și să împărtășească cât mai multe informații despre colectarea selectivă, reciclare și un stil de viață prietenos cu mediul. De asemenea, asociația are ca scop creșterea ratei de colectare separată în locații populare și în cadrul festivalurilor din România, alături de campanii de educare a publicului, pentru o raportare mai corectă la problema deșeurilor. Sub deviza „Reciclezi și câștigi”, fiecare participant care a colectat deșeuri a avut șansa să câștige baterii externe cu

de infrastructuri de colectare a deșeurilor de tip self-service pentru trei tipuri de ambalaje: PET-uri (cu volum de până la 3 litri), sticlă și doze de aluminiu (cu volum de până la 1 litru), Kaufland devenind astfel primul retailer din România, care oferă o rețea de automate de reciclare în toate orașele.

Rezultate 2021:

- *** 7 orașe
- *** 6.078 de persoane mobilizate
- *** 2.645 kg deșeuri colectate



acumulatori solari, căni reutilizabile, ochelari de soare din bambus, paie reutilizabile, măști de protecție reutilizabile și personalizate și energizante Crazy Wolf.

Rezultate 2021:

- *** 9 festivaluri și evenimente: Festival du Bonheur, Rocanotherworld, Nostalgia, Jardin Urbain par Festival du Bonheur, Deep Forrest, Tuluz Beach, Comic Con, Summer Fest, Untold
- *** 3.940 kg deșeuri colectate
- *** 1.923 premii oferite

Asociația Orașul Meu, Culorile Mele

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Organizația „Orașul Meu, Culorile Mele” si-a propus să contribuie la îmbunătățirea calității vieții populației și protejarea mediului înconjurător, prin soluții integrate de colectare și reciclare a multor categorii de deșeuri, inclusiv a celor foarte greu de reciclat.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

620.000 lei

DIN CARE

100%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Campania „Aruncă în siguranță”

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Atingerea unui număr mai mare de persoane

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Campania „Aruncă în siguranță”



În martie 2020, Comisia Europeană a publicat noul Plan de Acțiune pentru Economia Circulară. Unul dintre obiectivele incluse este reducerea deșeurilor de ambalaje din plastic și a gunoiului din plastic, precum și punerea în aplicare a Directivei privind utilizarea Plasticului care are ca scop reducerea impactului negativ asupra mediului al anumitor produse din plastic care sunt destinate a fi utilizate o dată sau de câteva ori înainte de a fi aruncate (Directiva (UE) 2019/904). Cu toate acestea, eforturile Europei de reducere a impactului materialelor plastice de unică folosință coincid cu izbucnirea globală a pandemiei de COVID-19. Ca răspuns la această pandemie, printre recomandările Organizației Mondiale a Sănătății ca măsuri de protecție a fost utilizarea zilnică a măștilor de unică folosință - cu efecte considerabile asupra utilizării materialelor plastice de unică folosință.

Răspunsurile la pandemia de COVID-19 au implicat, printre altele, utilizarea de echipamente de protecție ce au avut efecte considerabile asupra utilizării produselor din plastic de unică folosință. Măștile de unică folosință au ajuns să fie produse, comercializate și utilizate la scară largă pe perioada pandemiei ca măsură de precauție, nu doar de lucrătorii din domeniul sănătății, fiind chiar impuse populației spre utilizare în anumite perioade din pandemie.

Răspunsul la criza sanitară globală a generat, într-o anumită măsură, și o adevărată criză ecologică. Doar în România pe perioada pandemiei au fost aruncate zilnic la gunoi milioane de măști, mănuși și recipiente goale de dezinfectant, producând în timp tone de deșeuri din plastic cu efect distrugător asupra mediului.

Campania „Aruncă în siguranță” a organizației Orașul Meu și-a propus să contribuie la

rezolvarea acestei probleme sociale, respectiv la reducerea deșeurilor la nivel național și reducerea impactului negativ asupra mediului al anumitor produse greu de reciclat (cum este plasticul). În acest sens, Orașul Meu, prin campania „Aruncă în siguranță”, a desfășurat pe o perioadă de aproximativ 2 ani acțiuni concrete, cu efecte măsurabile, pentru creșterea gradului de colectare a deșeurilor sanitare (respectiv a măștilor chirurgicale de unică folosință) din toată țara, având drept obiective secundare educația sanitară a comunității, pentru reducerea costurilor umane și materiale ale pandemiei, precum și creșterea gradului de colectare selectivă în general.

Campania „Aruncă în siguranță” a avut drept scop principal aducerea unei contribuții măsurabile și cu impact pozitiv asupra:

- *** gradului de informare și acurateței surselor de învățare pentru clienții magazinelor participante, referitoare la mijloacele de protecție sanitară (măști de unică folosință vs. reutilizabile);
- *** formării de obiceiuri de colectare selective a măștilor de unică folosință, care să reducă efectul negativ pe care criza sanitară îl are asupra mediului înconjurător din cauza deșeurilor de plastic necolectate corespunzător.

Acțiunile principale ale campaniei au constat în:

- *** acțiuni de informare (asupra existenței locurilor de colectare selectivă din magazinele Kaufland, conștientizarea riscurilor asociate utilizării incorecte a mijloacelor de protecție sanitară de unică folosință, alternative la acestea, importanța reciclării corecte a deșeurilor din plastic, propagarea informațiilor înspres publicul larg);

- *** activități de colectare (distribuirea cutiilor de colectare a măștilor către 152 de magazine Kaufland participante din țară, și reînnoirea lor de îndată ce acestea se umpleau și trimiteau către centrul de colectare organizat de Orașul Meu, Culorile Mele);
- *** activități de selectare, cântărire și predare a deșeurilor (carantinarea cutiilor, respectiv a deșeurilor la centrul de colectare organizat de Orașul Meu, Culorile Mele pentru o perioadă de minim 14 zile de la recepția acestora, ca măsură de siguranță, și ulterior selectarea, cântărirea și trimiterea acestora către reciclare);
- *** activități de valorificare (valorificarea deșeurilor colectate prin producerea de energie electrică)
- *** realizarea și derularea unui chestionar online, cu public țintă aleatoriu, în urma căruia s-au colectat 2.697 de rezultate.

Scopul chestionarului a fost de a identifica părerea românilor cu privire la reciclare și identificarea nivelului de implicare individuală în activități de reciclare și sustenabilitate.

Succesul acțiunilor principale ale campaniei au putut fi măsurate prin cantitatea și ritmul de creștere a volumului colectărilor din magazine a măștilor de unică folosință utilizate ca măsuri de protecție împotriva COVID-19. La începutul campaniei în noiembrie 2020, proiectul a debutat doar la nivelul municipiului București. Începând cu faza 2 (din iunie 2021), au participat toate celelalte județe din România. Pentru totalul de 1.652 de cutii cu măști de unică folosință recepționate la centrul de colectare din București, de la magazinele Kaufland din toată țara (respectiv 152 de hypermarket-uri participante la campanie), au fost colectate, în total, pe toată durata campaniei, aproximativ **4 tone de măști de unică folosință**.



Ne bucurăm foarte mult să putem duce proiectul nostru și oamenilor din afara Bucureștiului. În Capitală am dovedit că se poate, că oamenii au cooperat cu noi și au venit în număr mare să-și arunce măștile în condiții de siguranță în cutiile special amenajate din magazinele Kaufland. La fel s-a întâmplat și în celelalte orașe ale României, astfel am contribuit cu toții la un mediu mai curat și sănătos. Pandemia actuală a adus mari provocări nu doar din punct de vedere economic și sanitar, ci și de mediu, având în vedere cantitățile enorme de plastic generate de aceste măști de unică folosință. Proiectul este primul și unicul de acest gen din România care și-a propus să transforme aceste tipuri de deșeuri în energie electrică.

LESTAT MONROE

Fondator Orașul Meu, Culorile Mele

Asociația Institutul de Cercetare în Permacultură din România

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Asociației este o rețea de oameni, inițiative, proiecte și centre demonstrative ce studiază, practică, cercetează activ și promovează permacultura în România.

Misiunea Asociației este de a susține activ practica Permaculturii în România pe planurile social, economic și de mediu înconjurător prin cercetare, educație, comunicare, sprijinirea de inițiative și implementarea de centre demonstrative de permacultură, conectare cu instituții naționale și internaționale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

727.000 lei

DIN CARE

77%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Sol și Suflet - Centru Permanent de Inovare, Producție și Educație în Agricultură Regenerativă din România

FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]
S-a stabilit o legătură
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Sol și Suflet



Impacturile legate de schimbările climatice, pierderea biodiversității, degradarea mediului natural sunt evidente și se așteaptă să devină tot mai perturbatoare



în viitor. Acestea au impact în multe sectoare importante pentru societate - precum sănătatea umană, agricultura și securitatea alimentară, aprovizionarea cu apă, transportul, energia. Acestea afectează bunăstarea și securitatea umană.

Există o masă critică preocupată de un trai sustenabil, mediu curat, reducerea poluării, a emisiilor de carbon și a amprentei ecologice, însă nu sunt destule modele viabile care să inspire și să împuternicească indivizii și administrația locală să adopte soluții sustenabile astfel încât să dăm mediului mai mult decât luăm și în același timp să creștem calitatea vieții.

Obiectivele Institutului de Cercetare în Permacultură din România sunt:

- *** Dezvoltarea de inițiative și proiecte sustenabile și regenerative în domeniul producerii hranei, energiei, construcțiilor și adăposturilor umane, economiei circulare, transportului, educației;
- *** Formarea a cel puțin 8 Centre Regionale de Permacultură și agricultura regenerativă pentru fiecare regiune geografică cât și pentru București;
- *** Formarea și promovarea de instructori în domeniul permaculturii și agriculturii regenerative și domeniilor conexe;
- *** Promovarea și elaborarea standardelor ocupaționale în domeniul permaculturii și domenii conexe
- *** Construirea unei rețele de oameni și centre demonstrative (grădini urbane, grădini comunitare, grădini în școli, centre ecologice urbane multifuncționale, soluții de reciclare, ferme demonstrative, centre de cercetare-pilot) în București cât și în restul țării.

Sol și Suflet, prima fermă de agricultură regenerativă și centru educațional aflată în localitatea Vlădeni din județul Dâmbovița cercetează și dezvoltă modelul de producție regenerativ, oferind programe de educație și formare profesională pentru fermierii aflați la început de drum, care vor să adopte acest tip de agricultură sustenabilă.

Ferma utilizează tehnici și strategii inovatoare de creștere a fertilității solului, maximizare a producției și creștere a eficienței muncii, cum ar fi cultivarea minimală și activarea microbiologiei solului, legumicultură biointensivă, keyline design, design de permacultură etc. Vor fi cultivate aproximativ două sute de soiuri de legume, verdețuri, plante aromatice și medicinale, produse crescute în sistem regenerativ organic.

Sol și Suflet este și un centru educațional rezidențial, menit să instruiască tinerii interesați să își deschidă propriile ferme regenerative. Completând un decalaj instituțional în sprijinul proiectelor emergente de agricultură la scară mică, Fermele Incubator sunt instrumente noi care permit noilor fermieri să acumuleze experiență

practică într-un context real de business și mentorat.

În 2021, sprijinul Kaufland România a însemnat:

- *** construirea a 3 solarii de 350 m²
- *** amenajarea zonei de camping: bucătărie de vară și dușuri solare
- *** proiectarea și amenajarea stației de spălare legumea
- *** amenajarea magaziei de unelte și a stației de comanda
- *** dezvoltarea și îmbunătățirea sistemului de irigare
- *** creșterea suprafeței de teren cultivat cu 1.000 m²
- *** organizarea unui curs de legumicultură în sistem regenerativ organic
- *** realizarea a 38 fișe de cultură
- *** realizarea unei producții de peste 10 tone de legume
- *** realizarea în proporție de 80% a modelului de producție



Parteneriatul nostru cu Kaufland România devine tot mai puternic în fiecare an, cu fiecare proiect și inițiativă din sfera agriculturii regenerative sau a grădinăritului urban comunitar. Pe lângă suportul financiar, am primit susținere și îndrumare pentru a crește ca organizație și a ne duce la îndeplinire obiectivele. Este nevoie să facem tranziția către agricultura regenerativă cât mai curând pentru a îndeplini obiectivele de dezvoltare durabilă, iar Kaufland România, prin susținerea continuă a proiectului Sol și Suflet, arată o preocupare pentru modul în care ne vom procura hrana în viitor și ne relaționăm la resursele naturale.

IONUȚ BĂDICĂ
Președinte

Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23, înființată din dragoste pentru Delta, tradiție și natură, are scopul de a sprijini dezvoltarea locală din Delta Dunării și din alte regiuni naturale din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,65 mil. lei

DIN CARE

19,40%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Caravana Apele Unite
ale României - vâslim
pentru comunități
durabile

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să restrângem
ampluarea evenimentelor

Caravana Apele Unite ale României



Asociația și-a propus să transforme sistemul hidrografic din România dintr-o resursă pur economică într-o valoare națională, parte a patrimoniului României. În vremurile pe care le traversăm, dominate de schimbări climatice majore, o astfel de abordare, gândită pe termen mediu și lung, ar pune România într-o poziție privilegiată, ținând cont de zestrea naturală pe care o are.

Din cele mai vechi timpuri, râurile au fost principala sursă de dezvoltare pentru comunități, jucând un rol important în viața cotidiană. Pe măsură ce localitățile au crescut, râul a fost transformat în infrastructură, având doar un rol utilitar. În acest proces râul și-a pierdut rolul primordial și relația specială pe care o avea cu locuitorii. Apele din România sunt văzute adesea ca gropi de gunoi, motiv din care peste 4,2 tone de gunoarie ajung zilnic în Delta Dunării.

Prin intermediul proiectelor derulate în ultimii 11 ani, Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 a realizat nevoia restabilirii unor relații directe și responsabile între apă și oameni, beneficiile pe care această interacțiune le aduce comunității, precum și propriile competențe de a explica și promova acest comportament. Mai mult, a constatat necesitatea unei intervenții la nivel legislativ care să clarifice, să permită și să faciliteze accesul liber la apă pentru toți. Așa a luat naștere campania Apele Unite ale României, ajunsă în 2021 la al treilea an de activitate.

Insistând asupra conceptului de râu ca sursă, campania Apele Unite ale României vrea să:

- (i) ducă mai departe ideea democratizării acestuia
- (ii) să omagieze relația universală om-apă și
- (iii) să reconecteze oamenii la natură.

Are scopul de a pune în valoare impactul râului în viața comunităților prin reconectarea lor la apele interioare ca resursă de dezvoltare, de identitate locală, de patrimoniu local aparținând patrimoniului natural național. În același timp promovează soluții ecologice de management al apelor, în concordanță cu conceptul de blue-green cities.

Ediția 2021 a RowmaniaFEST, cuprinzând Caravana Apele Unite ale României, a avut loc în perioada 4-10 septembrie 2021, cu 2 zile de activități în Tulcea urmate de o tură de 3/5 vâslit în Delta Dunării.

Pornind la drum cu dorința de a avea o ediție aniversară, Festivalul a pus în valoare mai multe zone care au un rol important în atragerea turiștilor în Tulcea:

- ... parcul Ciuperca, unde a avut loc Competiția Descoperă Rowmania, concurs de vâslit în canotcă, ajuns anul acesta la cea de-a noua ediție. Tot aici au avut loc și ateliere pentru copii
- ... lacul Zaghen, unde a fost organizată acțiunea de ecologizare și igienizare a zonei panoramice de la intrarea în Tulcea dinspre Mahmudia/ Murighiol (Promenada Zaghen)
- ... Gara din Tulcea, unde a avut loc proiecția în avanpremieră a filmului România Sălbatică, regia: Dan Dinu și Cosmin Dumitrache și unde a fost lansată melodia omagiu IVAN de către Subcarpați împreună cu Rusalka, cor lipovenesc din Mila 23.

Ținând cont de evenimentele din 5 septembrie, zi marcată de trecerea în neființă a mentorului Asociației, care a transformat ziua într-una tristă pentru echipă, o parte din activități au fost regândite sau reprogramate.



Astfel, concertul Subcarpați programat pentru seara zilei de duminică a avut loc sub o altă formă: moment de reculegere în memoria lui Ivan Patzaichin. Atunci a fost lansată melodia omagiu IVAN, cântată de corul Rusalka împreună cu Subcarpați și propunerea ca în continuare festivalul să poarte numele Festivalul „Ivan Patzaichin”. Caravana a avut loc cu o schimbare de traseu, astfel că participanții au pornit spre Mila 23, localitatea în care s-a născut Ivan Patzaichin. Lansarea programului educațional Călăuzele Deltei, la care au participat copiii din Chilia, Sfântu Gheorghe și Sulina care și-au construit propriile canotci în cadrul unor ateliere organizate în școli, a avut loc pe 2 octombrie, la Sulina. O parte din atelierele pentru copii au fost reluate și în București, în cadrul Dâmbovița Delivery, parte din Street Delivery, între 17 și 19 septembrie, când au avut loc și plimbări pe apă în canotcă. Ecologizarea trebuia să fie urmată de lansarea unui grup de inițiativă pentru Zaghen, care a fost reprogramată și a avut loc pe 26 octombrie.

Activități:

*** Descoperă Rowmania

În pregătirea evenimentului de la Tulcea, parte din campania de promovare, prin

intermediul campaniei naționale Descoperă Rowmania, care a avut loc în 3 localități din țară în perioada 4 iulie – 29 august, în Călărași, Sfântu Gheorghe și Alexandria. Evenimentul de la Sfântu Gheorghe a avut loc în timpul Festivalului Internațional de Film Anonim. Evenimentul a constat într-un concurs de vâsliț-forță în piscina Green Village.

La Tulcea Festivalul a debutat prin Concursul de vâsliț în canotci de 10+1 (etapa Tulcea a campaniei Descoperă Rowmania) de pe 4 septembrie, la care au participat echipe de amatori, inclusiv echipele formate de reprezentanți ai instituțiilor locale, sponsori și parteneri, voluntari, prieteni care și-au dorit să petreacă o zi frumoasă în aer liber, sau echipe care s-au format spontan. Echipa câștigătoare a reprezentat Tulcea în marea finală națională, care a avut loc în continuarea fazei locale.

*** Ateliere pentru copii

Pentru a crește gradul de conștientizare privind potențialul de dezvoltare și oportunitățile de agrement și relaxare în natură, competițiile au fost însoțite de Ateliere de educație alternativă pentru copii, care au avut loc în parcul Ciuperca. Cei mici au fost antrenați în diverse activități inițiate de partenerii Asociației:

*** Ana Crăciun Lambru – Free Puppet Theatre – Atelier de păpuși zburătoare din elemente naturale

*** Oana Radu Turcu – Atelier de fotografie pentru copii

*** Proiecție de film

În Gara Tulcea a avut loc proiecția documentarului „România Sălbatică”, în regia lui Dan Dinu, Cosmin Dumitrache (România, 123’). Regizorul Dan Dinu a fost prezent la proiecție, iar la final a luat parte la o sesiune de întrebări și răspunsuri moderată de Cristian China Birta.

*** Ecologizarea Zaghen

Ziua a doua a Festivalului a început cu ecologizarea promenadei din zona Zaghen. Zona a fost ecologizată de aproximativ 200 de voluntari. Lacul Zaghen, care a trecut prin perioada de protecție în urma procesului de



renaturare, urmează să își găsească un rost în oraș. Este foarte important felul în care el va fi integrat. Toate acțiunile au un singur scop, de a pune în valoare Zaghen-ul, ca o resursă de dezvoltare a orașului.

*** Concert

Seara de concerte s-a transformat într-un moment în memoriam Ivan Patzaichin. Pe scena amplasată în Gara din Tulcea, la ora 20:00 a fost lansată melodia IVAN, interpretată de Subcarpați împreună cu Rusalka, cor lipovenesc din Mila 23. Tot atunci a fost anunțată și schimbarea numelui festivalului, care pe viitor va purta numele campionului și mentorului Asociației: Ivan Patzaichin.

*** Caravana Apele Unite ale României

Caravana Apele Unite ale României a mers mai departe din dorința participanților, care au vrut să îi aducă un omagiu lui Ivan. Destinația Caravanei a fost schimbată către Mila 23, locul lui natal. Comanda expediției a fost preluată de Viorel Gheorghe, din echipa Asociației, și de Mircea Târhoacă, comandantul navei-școală Mircea. Caravana a ajuns la Mila 23 miercuri, pe 8 septembrie, cu promisiunea echipei Asociației de a duce mai departe ce a început Ivan. După oprirea din Mila 23, o parte din membrii Caravanei au ales să continue pentru a ajunge la destinația inițială, Sfântu Gheorghe.



Pentru ei finalul Caravanei a fost vineri, pe 10 septembrie.

*** Dâmbovița Delivery

Cu ocazia Street Delivery și a Săptămânii Dezvoltării Durabile, comunitatea creativă Nod Makerspace alături de Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 și Street Delivery a realizat o serie de activități edu-sportive pe râu și pe stradă, alături de implementarea unor intervenții urbane punctuale. Între 17 și 19 septembrie, Asociația a fost prezentă cu ateliere pentru copii și plimbări cu canotca pe Dâmbovița, în zona Industriei Bumbacului.

*** Lansarea rețelei Călăuzele Apelor

Pe 2 octombrie, la Sulina, Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 a lansat rețeaua Călăuzele Apelor, clubul copiilor care au construit cu mâinile lor câte o canotcă sub îndrumarea marangozului echipei Rowmania, Viorel Gheorghe. Copiii au aflat ce înseamnă să fii o călăuză a apelor, cu beneficii și responsabilități și au primit medalii, ca o recunoaștere a calității lor de călăuze. Activitățile propuse pentru rețeaua națională urmăresc să-i încurajeze să devină proactivi pentru găsirea de rezolvări la probleme, implicarea și cooperarea pentru o misiune comună în comunitate.

*** Lansare grup de inițiativă pentru Zaghen

Pe 26 noiembrie, la Tulcea, a fost lansat Grupul de inițiativă pentru Zaghen, o zonă cu mare potențial ecologic, turistic, economic și sportiv, ce poate deveni o nouă atracție pe harta municipiului de la intrarea în Deltă. După ecologizarea realizată la început de septembrie de către Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23, cu sprijinul Kaufland, printr-o inițiativă comună a avut loc și o reamenajare a zonei de promenadă și viewpoint, unde acum există informații despre istoricul, geografia, flora și fauna polderului și unde a fost instalat un semn luminos cu mesajul #armonie, care marchează intrarea în oraș.

Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 propune realizarea, în vecinătatea polderului, a unui canal olimpic acreditat internațional, a cărui construcție va fi bazată pe tehnologie prietenoasă cu mediul înconjurător. Capitalizând renumele Deltei ca izvor de campioni ai sporturilor pe apă, acesta va oferi o bază unică în România și condiții la standarde olimpice pentru competiții nautice.



”

Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23 coagulează o echipă de peste 15 experți care activează în București și Delta Dunării. Încă din 2010, datorită reputației dobândite încă de la bun început și beneficiind de notorietatea lui Ivan, dar și de prețuirea lui față pentru Deltă și apă în general, proiectele Asociației au mobilizat o largă gamă de competențe și abilități din România.

Din păcate anul 2021 a fost unul crâncen pentru echipa Asociației. Soarta l-a luat pe Ivan dintre noi. Mult prea devreme. Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23, înființată de el acum mai bine de un deceniu, îi va continua proiectele și va dezvolta altele, în spiritul visurilor sale. Ne vom strădui să-i onorăm memoria păstrând aceleași valori: parteneriat, educație, viziune, încredere, perseverență, consultare, natură.

Le suntem recunoscători celor ce ne-au fost alături, îi invităm să ne însoțească în continuare în înfăptuirea planurilor și visurilor sale și îi chemăm lângă noi pe toți cei care cred într-un viitor sustenabil, în care natura, cultura și bunăstarea oamenilor sunt egal reprezentate. Kaufland România este pentru noi un astfel de partener valoros, care ni s-a alăturat în 2018 și a rămas alături de noi și în anul greu care a trecut. Mulțumim că ne sunteți alături și că ați devenit partenerii noștri tradiționali!

TEODOR VICTOR FROLU
Vicepreședinte

ViitorPlus - Asociația pentru Dezvoltare Durabilă

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

ViitorPlus – asociația pentru dezvoltare durabilă are ca scop transpunerea în practică a conceptului de dezvoltare durabilă (sustenabilă). Dezvoltarea durabilă valorifică interconexiunile dintre planurile de mediu, uman, economic și social care fundamentează civilizația umană în așa fel încât generațiile actuale și cele viitoare să-și poată satisface nevoile și să-și poată păstra oportunitățile.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

670.000 lei

DIN CARE

86%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Recicleta

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Vizibilitate crescută

Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului

Educație pentru mediu

Altă formă

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

Recicleta



RECICLETA este o întreprindere socială, colector autorizat, care oferă un serviciu de transport ecologic al materialelor reciclabile, cantități mici de hârtie, carton, doze plastic PET01 și HDPE02, folie plastic LDPE04, doze de aluminiu și conserve de metal.

Obiectivul RECICLETA este de a deveni un model întreprindere socială, cu impact de mediu pozitiv, prin devierea materialelor reciclabile de la groapa de gunoi sau incinerat și prin îmbunătățirea calității vieții în orașele medii și mari, din ce în ce mai poluate și aglomerate din cauza transportului pe bază de combustibil fosil.

Modelul logistic RECICLETA urmărit este first-mile pick-up și folosește mijloace de transport alternative nepoluante, în special cargo-tricicle asistate, conduse de persoane active care își doresc locuri de muncă stabile. Acest model este o alternativă valoroasă pentru educația și decongestionarea traficului în centrele orașelor. În condițiile unei economii liniare în care cea mai mare parte a ambalajelor și produselor ajung la groapa de

gunoi sau la incinerat, RECICLETA și ViitorPlus promovează comportamente conștiente și responsabile, bazate în primul rând pe reducerea deșeurilor, prin soluții alternative de cumpărare și consum, astfel încât deșeurile să fie generate în cantități din ce în ce mai mici și cele care RECICLETA sunt reciclabile să fie colectate separat corect și predate unui colector autorizat care garantează valorificarea.

Programul Recicleta oferă 4 locuri de muncă verzi celor angajați pe cargo - tricicleta și mașină electrică, ce provin din medii defavorizate sau sunt persoane cu diferite grade de dizabilitate. Asociația are ca obiectiv să devină singurul colector autorizat cu certificat UPA.

Prin sprijinul oferit de către Kaufland România, în perioada martie 2021 - februarie 2022, asociația a reușit să mărească numărul de beneficiari ai programului la **65.000 de persoane** și a crescut numărul de unități de învățământ implicate în program.

Cetățenii au nevoie să înțeleagă azi despre modalitățile responsabile în care să ne purtăm față de resursele planetei, pentru a avea un viitor mâine. Ne bucurăm să atingem primul milion de materiale reciclabile colectate în București de la cei peste 60.000 de beneficiari, majoritatea din sectorul 2, transportate spre reciclare fără să polueze străzile orașului. Mulțumim, Kaufland România, pentru susținerea acestui program și pentru implicarea în tranziția către o economie circulară.

”

TEIA MARINA CIULACU
Președinte ViitorPlus

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Industrii Creative dezvoltă proiecte și produse care urmăresc creșterea industriilor creative, acordând o atenție deosebită antreprenoriatului și parteneriatelor din aceste domenii. Asociația funcționează în scopuri culturale, economice, sociale, educative și umanitare, promovând valorile sale fundamentale: excelența, creativitatea, inovația, inițiativa, pasiunea, performanța, autenticitatea, pragmatismul și perseverența.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

944.000 lei

DIN CARE

61%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

Rocanotherworld 2021

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]
Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]
S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]
Atingerea unui număr mai mare de persoane Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]
Acțiuni directe de protejare a mediului

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]
Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Rocanotherworld

Ediția a șasea a festivalului Rocanotherworld s-a desfășurat în aer liber, în perioada 23-27 iunie 2021, și a avut pe scenă 15 trupe românești și o trupă din Republica Moldova. Eforturile de organizare au presupus și respectarea condițiilor sanitare, fiind permis accesul până la 1000 de participanți pe zi.

Festivalul și-a concentrat eforturile pe susținerea comunităților, deschiderea unei scene și a unui spațiu de expunere, audiție și experiment pentru muzica underground, indie și alternativă, pentru muzica electronică și acustică.

Rocanotherworld este un festival aflat în strânsă legătură cu mediul înconjurător, toate edițiile fiind organizate în aer liber. Tocmai de aceea, începând cu 2021, festivalul a făcut un pas firesc, integrând principiile sustenabilității și responsabilității față de natură în toate componentele lui. Un eveniment este un fapt de o însemnătate deosebită și un loc în care oamenii se adună pentru o perioadă limitată de timp. Dacă ne raportăm la evenimentele mari, acestea nu sunt simple întâlniri între oameni. Ele implică o echipă de organizatori, voluntari, materiale cum ar fi decorațiunile și echipamentul de sunet, transportul, cazarea, participanții și furnizorii de servicii. Și da, un eveniment are drept scop crearea unui impact pozitiv - oamenii se întâlnesc, împărtășesc o experiență, transmit un mesaj.

Însă dincolo de aceste stări, evenimentele au și un rezultat negativ, asupra mediului înconjurător. Un eveniment Zero Waste are ca obiectiv reducerea sau chiar eliminarea reziduurilor și limitarea folosirii materialelor brute. Este încurajată reducerea deșeurilor la sursă (pentru că cel mai bun deșeu este acel care nu există), reutilizarea, regenerarea, reciclarea și compostarea.

Practicile Zero Waste încurajate de Rocanotherworld începând cu ediția #6 sunt pașii mici cu care asociația încearcă să atingă obiective îndrăznețe, realizabile atât cu ajutorul organizatorilor, cât și al participanților.

În cadrul evenimentului s-au desfășurat o serie de dezbateri cu profesioniști din industria evenimentelor și a sustenabilității. Și la această ediție a fost susținută campania „Ai cumva o păturică?”, prin care s-au strâns aproximativ 700 de kilograme de mâncare umedă și uscată pentru câțele și pisicile din padocurile ieșene.

Rocanotherworld - Zero Waste

Privind conceptul de Zero Waste, organizatorii festivalului au stabilit obiective pe termen scurt, mediu și lung, pe mai multe direcții generale, crescând procentual, pe parcursul a 5 ani, începând cu ediția din 2021.

Obiective generale

- Desfășurarea unei campanii de conștientizare privind creșterea nivelului de colectare a deșeurilor la nivel local și național.
- Dezvoltarea unei campanii privind comportamentul responsabil și sustenabil al oamenilor față de natură.
- Realizarea unui festival folosind principiile de zero waste începând cu 2021, pe parcursul următorilor 5 ani.



Obiectivele specifice

- *** Utilizarea materialelor sustenabile - La această ediție plasticul a fost înlocuit cu materiale sustenabile și biodegradabile în zona de food și bar, precum și în producția mobilierului și a signalisticii. Utilizarea consumabilelor de unică folosință a fost eliminată complet. ➤ Până în anul 2025 se urmărește eliminarea definitivă a plasticului.
- *** Folosirea energiei regenerabile și alternative - La Rocanotherworld #6 a fost folosită energie regenerabilă produsă de panourile fotovoltaice pentru 85% din iluminatul ambiental. ➤ Până în 2025 se urmărește alimentarea întregului festival cu energie regenerabilă.
- *** Colectarea separată a deșeurilor - În ediția din vara 2021 au fost colectate separat (deșeuri de ambalaj reciclabile, biodeșeuri, ulei uzat, menajer) peste două tone de gunoi. ➤ Pentru viitor, se urmărește continuarea colectării separate, pe categorii, conform normelor firmelor de salubritate din Iași.
- *** Campanie de informare și conștientizare despre comportamentul sustenabil și responsabil - Campania de comunicare a festivalului Rocanotherworld #6 a avut o secțiune special rezervată mesajelor Zero Waste, care au cuprins statistici și explicații despre impactul și importanța acțiunilor sustenabile, atât în rândul beneficiarilor direcți (experiența de festivalier responsabil, expunerea la acțiunile întreprinse la eveniment), cât și pentru beneficiarii indirecti (distribuirea mesajelor prin intermediul social media și presă).
- *** Înlocuirea promovării invazive clasice Out-of-home cu promovarea Digital-out-of-home - Comunicarea evenimentului s-a derulat prin canale

digitale, renunțându-se la promovarea clasică prin bannere, flyere sau panouri publicitare. Dacă s-a ales comunicarea pe materiale fizice, au fost alese produse ce urmează să fie reutilizate la următoarele ediții sau care prezintă un grad mai mare de degradare (panouri din lemn, metal sau fier).

- *** Prezența vendorilor locali/ regionali/ naționali - La Rocanotherworld festivalierii au avut parte de bere artizanală locală și s-au răsfățat și cu produse găsite din ingrediente naturale, produse local. De asemenea, organizatorii au colaborat preponderent cu parteneri și furnizori locali, încurajând astfel businessurile mici, locale sauregionale.

Pe lângă obiectivele stabilite inițial, au fost implementate și alte acțiuni în direcția Zero Waste:

- *** Încurajarea transportului alternativ & reducerea amprente de carbon - La intrarea locației evenimentului a fost montat un suport pentru parcare de biciclete, astfel încât participanții la festival să poată ajunge fie cu bicicletele, fie cu trotinetele și să le poată lăsa în siguranță în grija voluntarilor. De asemenea, a fost stabilit un program de rute regulate cu transportul public de la cea mai apropiată stație până în centrul orașului, până la ora 00.00, în toate cele cinci zile de festival.
- *** Asimilarea conceptului și actului slow fashion - Pentru participanții la festival a fost disponibil un serviciu special de personalizare a tricourilor vechi, astfel încât să nu fie nevoiți să achiziționeze produse noi. Multe dintre materialele de producție ale festivalului de la edițiile trecute au fost reutilizate sau personalizate prin vopsire bio.



Kaufland România reprezintă un reper de implicare socială și bune practici în tot ceea ce întreprind. Dacă toate companiile ar fi la fel de responsabile, cu siguranță problemele sociale ar fi de domeniul trecutului. După 3 ani de colaborare, pot spune că este partenerul pe care orice ONG și-l dorește: cu viziune, consecvență, etică și intenții sincere.



ROXANA PATRICIA BUTUCEL
Președinte

Asociația SOS Satele Copiilor
România ...116

Fundația Hope and Homes for
Children ...119

Asociația SOMARO -
Magazinul Social ...122

Asociația Șansa Ta ...124

Asociația Sister ...126

Asociația Banca pentru Colectarea și
Distribuția Alimentelor ...130

Asociația Carusel ...132

Asociația SNK ...136

Fundația Mission Without Borders ...139

Asociația Little People Romania ...141

Fundația Agenția de Dezvoltare
Comunitară „Împreună” ...144

Asociația de Inițiativă Civică și
Dezvoltare Locală Neamț ...146

Asociația
More than a
Smile ...149

Asociația Untold - 151

Asociația Valoare pentru
copilul tău - 151

Asociația Speranță pentru Copii - 151

Asociația pentru Handicapați Psihici
Caraș-Severin - 151

Asociația Caritas Alba Iulia - Asistență
Medicală și Socială ...151



21

asociații partenere

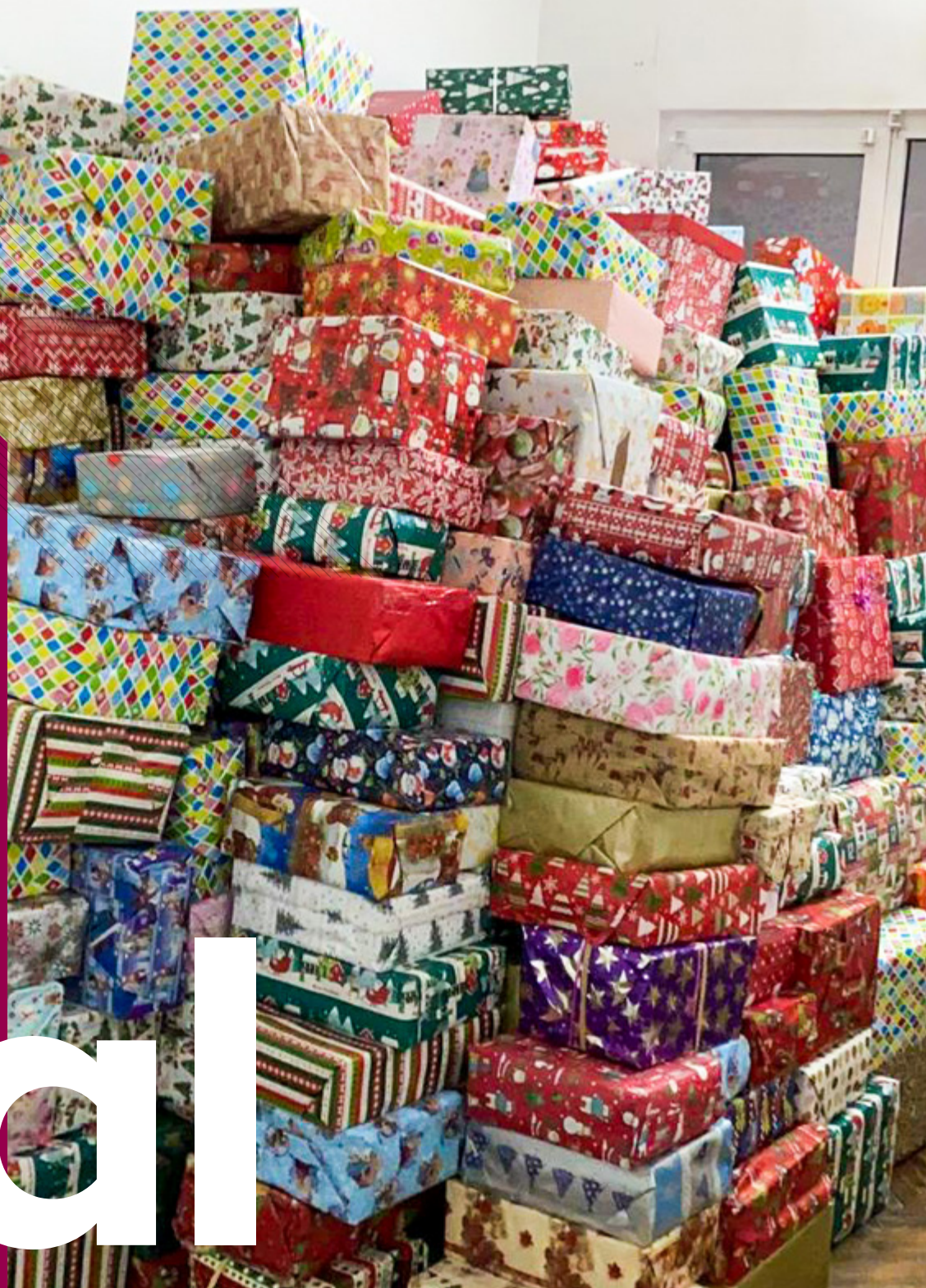
29

proiecte

84.051

beneficiari

social



Asociația SOS Satele Copiilor România

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are misiunea de a oferi o familie copiilor care au rămas fără sprijinul parental și de a-i susține și proteja pe cei care riscă să-l piardă.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

25,6 mil. lei

DIN CARE

18,25%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Creștem Oameni Mari

Susține campionii de la SOS

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare
de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați
sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

Creștem Oameni Mari

• • • • •

Cu sprijinul Kaufland România, asociația a acoperit integral costurile de funcționare pentru 6 case SOS – 3 case familiale din Cîsnădie, județul Sibiu, 2 apartamente de tip familial din Bacău și o casă familială din București, în care locuiesc **30 de copii**.

Copiii au sprijinul necondiționat al mamelor SOS, au acces la servicii medicale de calitate, la o educație corespunzătoare, iar grijile legate de hrană, îmbrăcăminte sau adăpost pot fi uitate. Prin asigurarea unui mediu stabil

Susține campionii de la SOS

• • • • •

În 2021, proiectul „Susține Campionii de la SOS” a însemnat terapie prin sport, înscriere la cluburi sportive, susținerea programului Naționala SOS, o inițiativă SOS pentru sprijinirea copiilor și tinerilor beneficiari SOS din țară, precum și un reportaj recorder.ro și o serie de 4 podcasturi în campania „Copilăria nu trebuie să doară”.

Astfel, prin sport, beneficiarii, copiii abandonați care cresc în sistemul rezidențial al organizației, reușesc să depășească traumele la care au fost expuși în familia biologică, trauma abandonului și traumele din centrele de plasament. Toate acestea îi impactează pentru o perioadă îndelungată.

Pentru a le putea reda încrederea în sine este necesară terapie susținută prin activități de integrare și apartenență la o echipă sportivă – din acest proiect fac parte și copiii care practică un sport de performanță: capoeira, fitness, fotbal sau care sunt înscriși la Naționala SOS, echipa de fotbal SOS



și sigur, copiii din cele 6 case familiale au șansa de a depăși traumele abandonului, de a avea un parcurs școlar de succes și de a ajunge adulți integrați în societate.

Susținerea Kaufland România a însemnat acoperirea cheltuielilor legate de hrană, îmbrăcăminte, igienă, rechizite, bani de buzunar, servicii medicale, utilități, consiliere psihologică, organizare de activități școlare și extra-școlare.



Satele Copiilor. Prin componenta de terapie psihologică prin sport asociația le asigură copiilor șansa de a optimiza potențialul fizic, tehnic și tactic obținut în procesul de pregătire sportivă, astfel oferindu-le șansa să ajungă la un echilibru interior.





”

Kaufland România este un partener extrem de drag, mereu alături de copii și atent la nevoile lor. Cu mare bucurie și recunoștință, numărăm încă un an de colaborare - și sunt deja 8, în care copiii din cele 6 case SOS susținute de Kaufland România primesc tot suportul de care au nevoie. În plus, în ultimul an, alături de Kaufland am avut o voce și mai puternică în campania „Copilăria nu trebuie să doară!”, am lansat prima serie de podcasturi și am realizat un video-reportaj în colaborare cu Recorder.

Mulțumim, Kaufland România, pentru șansa de a fi împreună în Familia SOS și de a ne bucura, an de an, de fiecare pas spre bine pe care îl fac copiii și tinerii din programele SOS!

DIANA PODARU

Director General SOS Satele Copiilor România

Fundația Hope and Homes for Children

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea fundației este cea a unei lumi în care niciun copil nu va mai trăi drama instituționalizării. Obiectivele fundației sunt închiderea tuturor centrelor de plasament din România până în 2025 și mutarea copiilor către medii de îngrijire familială.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

15,7 mil. lei

DIN CARE

11%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

4

Centrul Comunitar
Codlea

Kaufland umple
cămara goală

#TURdeBINE

Construcția a două
case de tip familial în
județul Iași

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții
Nu este cazul

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Altă formă
Nu este cazul

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Altă formă
Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare
Nu este cazul



Centrul comunitar Codlea



Peste 22.8% dintre români nu au acces la o baie, peste 1,16 mil. nu au acces la o mașină de spălat, peste 52.233 de familii nu au electricitate.

Din 2021, Hope and Homes for Children va oferi toate acestea în primul Centru de bine, realizat cu sprijinul Kaufland România.

Centru se află în Mălin, o comunitate marginalizată din Codlea, Brașov - una din așa-zisele pungi de sărăcie din țară. **443 de copii** locuiesc acolo, cu familiile lor, în sărăcie extremă.

În lipsa unor condiții decente de locuire (multe dintre locuințe sunt improvizate, nesigure sau ilegal construite, suprapopulate, spațiul extrem de redus, fără încălzire sau canalizare), a accesului redus la servicii medicale și la piața muncii, sărăcia devine din ce în ce mai apăsătoare - iar copiii, din ce în ce mai vulnerabili, cu atât mai mult cu cât riscul de abandon școlar crește de la an la an.

Însă copiii trebuie să rămână lângă familiile lor și să nu ajungă în orfelinate, din cauza sărăciei și a marginalizării.

De aceea, fundația aduce chiar acolo, în comunitate, servicii integrate de asistență socială și medicală, săli de teme pentru copii și chiar săli de igienă - dușuri și mașini de spălat.

Pe parcursul anului 2021, fundația a desfășurat mai multe campanii pentru a strânge fondurile necesare construirii și utilizării centrului:

*** Cursa caritabilă **#TURdeBINE** s-a desfășurat în perioada 3-25 aprilie, prin care fundația a încurajat alergătorii să atingă obiectivul de 5.000 km alergați.



Fiecare înscriere în #TURdeBINE a însemnat o donație pentru centrul comunitar

*** Acțiunea „**Kaufland umple cămara goală**” - Marco Hölzl, CEO Kaufland România & Moldova, a participat alături de voluntari la pregătirea și distribuirea pachetelor pentru persoanele defavorizate din orașul Codlea. Pachetele cu alimente au fost distribuite către 50 de familii vulnerabile cu **150 de copii**.

Construcția a două case de tip familial în județul Iași



La finalul lunii iunie 2020, au început lucrările de construcție la prima casă de tip familial pe care Hope and Homes for Children o dezvoltă împreună cu Kaufland România în municipiul Iași. După finalizarea lucrărilor, în această casă vor locui 12 copii din Centrul de Plasament „Ion Holban” din Iași, aflat în proces de închidere în cadrul parteneriatului dintre Hope and Homes for Children, Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Iași și Consiliul Județean Iași. Fundația își propune ca centrul de plasament să fie închis până la finalul anului 2022.

Iași este județul în care există, în prezent, cele mai multe instituții de tip vechi și cei mai mulți copii în sistemul de protecție din România. În 1997, la nivelul județului existau 35 de centre de plasament în care erau instituționalizați peste 5.000 de copii. În 2019, în județ mai existau 9 orfelinate în care trăiau peste 450 de copii.



Reforma sistemului de protecție a copilului din România este o bătălie pe termen lung. Transformarea în bine a vieții copiilor necesită pricepere, răbdare, dar și investiții concrete în serviciile de care copiii și tinerii au nevoie. Valoarea parteneriatului cu Kaufland România stă tocmai în longevitatea și consecvența sa, dar și în preocuparea noastră și a companiei de a fi mereu la curent cu nevoile copiilor și de a identifica cele mai bune căi de a le răspunde.

ȘTEFAN DĂRĂBUȘ

Director Global de Programe, Hope and Homes for Children

Asociația SOMARO - Magazinul Social

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este să ajute oamenii amenințați de sărăcie. Asociația își dorește să sprijine clienții și familiile acestora cu mijloace de subsistență extrem de limitate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

722.000 lei

DIN CARE

17,25%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Magazin social Ploiești

Magazin social Sibiu

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Magazin social Ploiești & Magazin social Sibiu



SOMARO colectează produse cum sunt alimentele și produsele esențiale de uz casnic, precum și îmbrăcăminte, încălțăminte, pantofi etc. de la diferite companii și le comercializează la prețuri simbolice, cu reduceri semnificative, către clienții cu venituri mici. Întreaga gamă oferită în magazinele SOMARO include produse 100 % adecvate consumului, dar care nu pot fi comercializate în alte magazine din cauza ambalajului murdar, deoarece le expiră în curând termenul de valabilitate sau din alte motive.

Obiectivul SOMARO este acela de a sprijini victimele sărăciei - clienții magazinelor și familiile acestora cu mijloace de subsistență extrem de limitate. Din acest motiv, SOMARO dorește să le redea demnitatea tratându-i ca pe niște clienți și nu ca pe niște beneficiari ai ajutoarelor sociale.

În prezent, fluxul globalizat de bunuri determină numeroase curențe de transport, depozitare și comercializare. Numeroase produse adecvate pentru consum sunt irosite. Aici intervine SOMARO în circuitul logistic, preluând acele produse și folosindu-le într-un scop nobil.



A fi tratat ca un client apreciat te ajută într-o oarecare măsură să îți recaptezi demnitatea necesară pentru a regăsi drumul către o viață normală: Să faci cumpărături la fel ca toți ceilalți!

În 2021, asociația a reușit să salveze peste **430 de tone de alimente**, iar cele peste **1.150 de familii** cu venituri foarte mici au vizitat magazinele Somaro de peste 31.000 de ori.



Pentru noi, relația cu Kaufland România este esențială pentru supraviețuirea Magazinului Social Somaro Sibiu, iar fără Kaufland România cetățenii nevoiași ai Municipiului Ploiești nu ar fi beneficiat, începând cu februarie 2020, de serviciile oferite de Asociația SOMARO - Magazinul Social!

SIMON SUITNERA
Director General

”



VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este aceea de a construi o comunitate în care tuturor să le fie respectate drepturile, o comunitate responsabilă, care generează schimbări pozitive și durabile pentru societate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

4,8 mil. lei

DIN CARE

60%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

5

Zâmbetul din cutie

Masă cu masă construim
speranță

Rechizite pentru viitorul tău

Tabăra din viața ta

Cantina socială

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de
finanțare

Misiunea Asociației Șansa Ta este să acționeze în sprijinul celor defavorizați și marginalizați social, prin programe de asistență socială și prin acțiuni caritabile și umanitare. Asociația luptă împotriva excluziunii și marginalizării sociale, pentru integrarea socio-profesională a copiilor și tinerilor defavorizați, care trăiesc pe stradă, în centrele de plasament sau în familii defavorizate, cu mulți copii.

Obiectivele asociației sunt prevenirea abandonului școlar și investiția în educație astfel încât copiii să poată avea șansa unui viitor mai bun, susținerea persoanelor fără adăpost și a celor defavorizați din punct de vedere material și social.

Cu sprijinul Kaufland România, asociația a desfășurat mai multe proiecte în 2021 care să vină în sprijinul persoanelor defavorizate:

*** Zâmbetul din cutie

Asociația Șansa Ta, în parteneriat cu Inspectoratul Școlar al Municipiului București (ISMB), Romaero și Kaufland România, alături de 50 de școli și grădinițe din București și Ilfov, au organizat și în 2021 campania națională de Crăciun „Zâmbetul din cutie”. În cadrul celei de-a X-a ediții, peste 10.000 de copii din cele mai sărace 10 județe ale țării s-au bucurat de surprize de sărbători.

În luna decembrie, elevii și preșcolarii din capitală și din împrejurimi au adunat, în cadrul instituțiilor de învățământ de care aparțin, daruri selectate și împachetate de ei. Acestea au fost strânse într-un depozit al Romaero și încărcate apoi în camioane, pentru a ajunge la copiii orfani sau cu posibilități materiale reduse din cele mai îndepărtate colțuri ale țării, selectați de asociația pe parcursul anului.

*** Masă cu masă construim speranță

– 1000 de persoane fără adăpost, persoane nedeplasabile sau beneficiari ai unor ONG-uri au primit câte o masă caldă.

*** Rechizite pentru viitorul tău - peste

250 de copii aflați în dificultate au primit în anul 2021 rechizite școlare și haine.

*** Tabăra din viața ta – 60 de copii

cu rezultate bune la învățătură au beneficiat de o tabără de vară pentru adolescenți; aceștia provin din centrele de plasament sau din familii sarace, având astfel posibilitatea de a cunoaște oameni și locuri noi și fiind stimulați să învețe bine în continuare, pentru a fi incluși în societate.

Cantina socială

Cantina socială și-a deschis oficial porțile în februarie 2021, cu o capacitate de 700 de porții pe zi. După 6 luni de funcționare, ca urmare a cererii din comunitate, capacitatea a fost mărită, iar acum, de luni până vineri, personalul specializat pregătește porții de mâncare caldă pentru **1.000 de beneficiari pe zi**, pe care reprezentanții Asociației Șansa Ta le distribuie către persoane vulnerabile și către organizații neguvernamentale partenere, aflate în legătură cu acestea.

De la deschidere și până în prezent, peste **186.000 de porții de mâncare** au ajuns la persoanele în nevoie. Kaufland România asigură produsele necesare pentru prepararea meselor comunitare, iar echipa Cantinei, formată din 17 persoane, asigură prepararea meselor, distribuirea acestora și administrarea Cantinei. De asemenea, peste 100 de voluntari s-au implicat în activitatea Cantinei de-a lungul anului, precum și în acțiuni dedicate cu ocazia sărbătorilor de Paște și Crăciun, pentru pregătirea pachetelor cu mâncare cu specific tradițional pentru persoanele în nevoie.

Proiectul este susținut de Kaufland România de la înființare, inclusiv pentru funcționarea

lui de zi cu zi. Până în prezent, investiția companiei se ridică până la suma de 470.000 de euro, la care se adaugă costurile de operare și cele pentru produsele alimentare.

Compania oferă aproximativ 6 tone de produse/ lună din categoria de produse cu vânzare accelerată, la care se adaugă și produsele de bază necesare pentru realizarea meniurilor, un meniu complet format din felul I, felul II și desert ajungând la 25 de lei. Rețetele sunt stabilite zilnic în funcție de alimentele disponibile, iar printre preparate s-au numărat atât feluri tradiționale, cum ar fi sarmale cu mămăliguță și smântână, ciulama de ciuperci cu ceafă de porc sau griș cu lapte, stafide și scorțișoară, dar și preparate inspirate din bucătăria internațională, cum ar fi chilli con carne, cotlet de porc marinat în iaurt pe grătar, ratatouille cu cârnați de casă sau plăcintă de măr, scorțișoară și sos de vanilie.

O parte din alimente provine din stocurile aflate în vânzare accelerată, iar meniul zilnic este stabilit urmărind folosirea optimă a tuturor resurselor. În primul an de funcționare, aproximativ 72 de tone de alimente au fost salvate de la risipă.

Prin implicarea și colaborarea cu Kaufland România, ne dorim să contribuim la binele comunității. Cu ajutorul partenerului nostru, reușim să dăm o șansă persoanelor defavorizate să aibă încredere în forțele proprii și să iasă din situația în care se află.

GABRIEL CIUBOTARU
Președinte

Asociația Sister

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are drept scop creșterea gradului de conștientizare cu privire la problemele sociale cu care România se confruntă și îndepărtarea sau minimalizarea acestor probleme, promovarea oportunităților egale și a integrării sociale cu accent pe minorități (inclusiv persoane defavorizate, copii instituționalizați, persoane cu dizabilități, vârstnici).

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

190.000 lei

DIN CARE

7%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Our Big Day Out

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Our Big Day Out

Actul social este acel moment când comunitatea strânge rândurile în jurul unui om la ananghie. În realitate, actul social este delegat către un ONG, și se rezumă la un transfer bancar, un sms sau la achiziționarea unui obiect la o licitație de caritate. Așadar, donatorul nu mai ajunge să interacționeze cu cel pe care îl ajută, să îi ofere interes și apropierea umană, să aibă acces direct la problemele cu care acesta se confruntă zilnic - abandonul, singurătatea, lipsa de afecțiune- să devină prieten-mentor sau sprijin și, astfel, să poată acționa pe termen lung.

Problemele celor în impas depășesc cu mult nevoile materiale. Ele țin de decalajele școlare, de integrarea socială, de dezvoltarea capacităților cognitive și creative, de dezvoltarea autonomiei și a abilităților vocaționale, de mentoring și susținere. La originea acestor probleme se află, în esență, lipsa unei interacțiuni umane sănătoase, în momentele decisive ale dezvoltării.

Our Big Day Out este unul dintre cele mai longevive programe de voluntariat 100% din România. Ediția de Crăciun din 2021 s-a desfășurat în perioada 1 noiembrie 2021-5 ianuarie 2022 și a însemnat:

- *** 27 de zile de zile pline de activități, la care au participat aproape 500 de copii și tineri care trăiesc

în instituții de plasament, organizate de voluntarii Our Big Day Out: tabere și excursii la munte (cu activități de dimineața până seara: tiroliană, cățărare în copac, tras cu arcul, activități de dezvoltare personală, de echipă etc.), în parcuri de aventură (Eden Land, Comana La Arțar etc.), în spații de joacă (Kido etc.), la film, bowling, carting,



precum și petreceri în natură, ateliere de creație și îndemănare și multe altele.

- *** colectare produse necesare perioadei de iarnă pentru familiile care trăiesc în comunități marginalizate în risc de sărăcie și cadourilor oferite cu ocazia sărbătorilor de Crăciun minorilor care trăiesc în sistemul de protecție specială și vârstnicilor din aziluri de stat sau adăposturi de noapte
- *** pregătirea coletelor-cadou, timp de 10 zile, într-un spațiu (depozit) din București, de către voluntarii Asociației
- *** distribuirea coletelor-cadou în 12 județe și în peste 25 de comunități

Rezultate:

- *** 140.000 de produse colectate
- *** 3.200 de pachete distribuite către oameni în nevoie, dintre care 947 de pachete pentru familii de 4-7 oameni (părinți și copii)
- *** peste 250 de voluntari implicați
- *** aproape 500 de copii care trăiesc în sistemul de protecție specială implicați în activități

Asociația Sister, prin care se desfășoară programul Our Big Day Out, nu are niciun angajat. Pentru realizare proiectelor Asociației ne bazăm exclusiv pe timpul donat de voluntarii noștri, 90% dintre ei având o slujbă full-time, dar și pe susținerea unor companii care participă nu doar cu resurse financiare, dar și cu alte resurse de care dispun.

Aplaudăm companiile care joacă un rol determinant în dezvoltarea armonioasă a comunității în care activează și care respectă și necesitatea implicării în programe de voluntariat. Suportul oferit de echipa Kaufland a răspuns nu numai unor nevoi punctuale, imediate și de bază, ci a pus umărul la clădirea unei relații sustenabile, întemeiate pe acțiunea directă și pe termen lung în vederea combaterii sărăciei și promovarea bunăstării sociale, dar și a înțelegerii necesității și importanței voluntariatului. Le suntem recunoscători pentru încrederea în demersul nostru, pentru că, an de an, doar prin implicarea activă a voluntarilor, dar și a companiilor, devenim puțin mai buni, puțin mai conștienți, puțin mai responsabili și ne apropiem, încet, de o societate în care răspunderea față de concetățeni primează.

ALEXANDRA TÎNJALĂ
Președinte

Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuția Alimentelor

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,1 mil. lei

DIN CARE

23,35%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Banca pentru Alimente

partener
comunitar
de tradiție

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea competențelor personale

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Atingerea unui număr mai mare de persoane

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Ațiuni directe de protejare a mediului

Reducerea risipei alimentare

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Banca pentru Alimente



Banca pentru Alimente este un serviciu social care luptă împotriva risipei alimentare, a sărăciei și a excluziunii sociale, sprijinind organizațiile caritabile care au în grijă persoanele din medii vulnerabile. Recuperează produse excedentare de la producători, importatori, procesatori, comercianți, retailers și le distribuie gratuit organizațiilor care oferă servicii de asistență socială persoanelor aflate în dificultate. Este prezentă la nivel național în toate regiunile din România și reunește astăzi nouă Bănci Regionale care activează la București, Cluj, Roman, Oradea, Brașov, Timișoara, Constanța, Craiova, Galați.

Banca pentru Alimente contribuie la reducerea risipei alimentare prin colectarea și donarea surplusului de produse alimentare către 161 de ONG-urile care au în grijă peste 47.000 de persoane din mediile defavorizate:

bătrâni, persoane cu dizabilități, familii cu venituri scăzute, victime ale traficului de persoane și violenței domestice, copii fără îngrijire familială etc. Ajutorul alimentar reprezintă primul pas în considerarea complexității nevoilor umane.

Prin sprijinul acordat de Kaufland România, Banca pentru Alimente București a reușit să colecteze și să doneze 1.922.506,27 kg de produse alimentare, cu o valoare de peste 20 milioane lei. Beneficiarii direcți ai proiectului au fost peste 150 de ONG-uri cu programe sociale care au componentă de servire a hranei gătită sau de ajutor alimentar în cadrul serviciilor pe care le oferă persoanelor vulnerabile. Beneficiarii finali au fost peste **40.000 de persoane** în dificultate aflate în grija ONG-urilor partenere.



Suntem recunoscători companiei Kaufland România pentru decizia de a susține activitatea Băncii pentru Alimente București și în anul 2021. Aceasta ne-a ajutat să acoperim costurile de funcționare pe trei luni, perioadă în care am reușit să creștem cantitatea de alimente colectate, salvate de la risipă și apoi donate. Numărul de ONG-uri partenere a ajuns la 150 și implicit, numărul persoanelor vulnerabile hrănite a crescut la 40.000. Împreună am generat astfel un impact pozitiv în viața comunităților vulnerabile și asupra mediului. Ne propunem ca în viitor cât mai multe companii să susțină reducerea risipei alimentare și activitatea Băncii pentru Alimente București.

GABRIEL SESCU

Fondator Banca pentru Alimente

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Asociației Carusel este ca persoanele aflate în stare de vulnerabilitate extremă, marginalizate sau excluse din comunitate să primească sprijin atât imediat, cât și pe termen lung, să beneficieze de egalitatea de șanse și să devină vizibili pentru societate, în spiritul apărării drepturilor și libertăților omului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

2,9 mil. lei

DIN CARE

25%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Centrul Comunitar
Grivița-Cișmigiu
(Bucătăria Comunitară)

Centrul Comunitar
ILO-Ferentari

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Reducerea risipei alimentare

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Centrul Comunitar Grivița-Cișmigiu (Bucătăria Comunitară)



Asociația Carusel a anunțat pe 11 februarie 2022, deschiderea Centrului Comunitar Grivița-Cișmigiu, într-un spațiu pus la dispoziție de Primăria București. Este vorba de un centru de zi care le oferă oamenilor fără adăpost servicii sociale adaptate nevoilor lor. Accesul la servicii nu este condiționat de existența unui act de identitate sau a altor documente.

Centrul își propune să vină în sprijinul persoanelor care se confruntă cu sărăcie extremă și alte vulnerabilități asociate precum lipsa actelor de identitate și a asigurării medicale, locuire precară și lipsa accesului la utilități (apă curentă, electricitate, încălzire), afecțiuni medicale severe.

Printre serviciile oferite se numără asistență socială, socializare, educație financiară și educație pentru sănătate, precum și de hrană caldă, posibilitatea de a face duș, de a-și spăla hainele sau de a primi altele la schimb.

De asemenea, alături de Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, Universitatea din București, Carusel își propune să dezvolte în cadrul acestui centru un hub academic care să vină în întâmpinarea studenților prin organizarea unor stagii de practică și proiecte de cercetare.

În Centrul Comunitar Grivița-Cișmigiu, asistenții social sunt alături de oamenii vulnerabili, îi sprijină în obținerea actelor de identitate, a actelor medicale sau a altor tipuri de documente.

Vulnerabilitățile lor sunt multiple așa că, de cele mai multe ori, sprijinul este integrat pe mai multe paliere. Se urmărește realizarea unei evaluări socio-economice și a unui plan individualizat de intervenție, asumat atât de beneficiar, cât și de un asistent social din echipa centrului.

Mai mult, Asociația Carusel organizează în cadrul Centrului Comunitar Grivița-Cișmigiu acțiuni în parteneriat cu instituțiile abilitate ale statului, cum ar fi campanii de vaccinare pentru oamenii fără adăpost.

În viitor, Asociația Carusel plănuiește organizarea de evenimente socio-culturale și educaționale pentru oamenii aflați într-o situație precară, cum ar fi piese de teatru, workshop-uri vocaționale sau evenimente de socializare. Centrul Comunitar Grivița-Cișmigiu este un proiect inițiat cu sprijinul ING Tech, parte din eforturile companiei de a susține populația din zona Grivița.



Bucătăria Comunitară

În cadrul centrului funcționează Bucătăria Comunitară. Aici, Chef Gabriel Gorgan și echipa lui gătesc, în fiecare zi, sute de porții de mâncare pentru beneficiarii organizației. Bucătăria Comunitară este un proiect născut din nevoie, pasiune și ambiție.

Nevoia de a hrăni oamenii în dificultate, pasiunea pentru gust, contrast și texturi, ambiția de a transforma bucătăria într-un hub educațional care să ducă binele mai departe.

În primul rând, Bucătăria Comunitară este responsabilă de prepararea hranei pentru centrele comunitare Grivița Cișmigiu, Obor și ILO-Ferentari. Mai mult, pachetele cu hrană pentru echipa de teren a Carusel, care sprijină oamenii fără adăpost aflați pe străzi, pleacă tot de aici. Săptămânal se prepară peste **2.500 porții de mâncare caldă** care ajunge la tot atâția oameni, adulți și copii.

Bucătăria Comunitară Grivița-Cișmigiu este un proiect inițiat cu sprijinul Kaufland România, parte din eforturile companiei de a susține persoanele vulnerabile și de a lupta cu risipa alimentară.



Centrul Comunitar ILO-Ferentari



Activitățile centrului sunt organizate pe două nivele de intervenție.

Nivelul 1 se referă la serviciile de reducere a riscurilor și educație pentru sănătate, consiliere și testare rapidă, de distribuire de haine, încălțăminte și alte accesorii, pături, saci de dormit (în funcție de sezon), acces la facilități de igienă – duș, mașini de spălat și uscat haine, asistență medicală primară. Serviciile au la bază principiul low-threshold, care se referă la acces pe bază de criterii minime. De asemenea, la acest nivel de intervenție nu se realizează o evaluare complexă, accentul se pune în special pe crearea unei relații de încredere cu beneficiarii.

Nivelul 2 de intervenție constă în activități de socializare și asistență socială și servicii de educație financiară, disponibile pentru beneficiarii care au minim 2 luni de frecvență a serviciilor de la Nivelul 1, respectiv cu aceia care deja a fost creată o relație de încredere. De asemenea, acest nivel implică și realizarea unei evaluări socio-economice și a unui plan individualizat de intervenție, asumat atât



de beneficiar, cât și de un asistent social din echipa centrului.

2.1. Activități de socializare, asistență socială și asistență medicală primară: cine comunitare/grupuri de discuții, servicii de asistență socială, distribuire de haine, încălțăminte și alte accesorii, pături, saci de dormit (în funcție de sezon), acces la duș și mașini de spălat și uscat haine, acces la calculator și internet, prize pentru încărcarea telefoanelor, asistență medicală primară, testare rapidă și consiliere pre- și post-testare pentru HIV, Hepatita B și C, dar și alte infecții cu transmitere sexuală/sanguină.

2.2. Educație financiară. Serviciile de educație financiară au ca scop principal furnizarea de acces la informații care să completeze beneficiile sociale. Beneficiarii vor participa la sesiuni de informare, individuale și de grup, cu privire la gestionarea unui buget lunar și accesul la servicii bancare.

Pe parcursul anului 2021, **500 de persoane** au beneficiat de serviciile asociației.



Ne-am dorit foarte mult să deschidem un astfel de spațiu în centrul Bucureștiului, mare, ușor accesibil și gândit să răspundă nevoilor complexe pe care le au oamenii fără adăpost. Mai mult decât haine, duș sau hrană, indispensabile, firește, oamenii au nevoie de o vorbă bună, au nevoie să fie ascultați și tratați cu respect. La Centrul Comunitar Grivița-Cișmigiu și, de altfel, în toată activitatea Carusel, valorile după care ne ghidăm în absolut tot ceea ce facem sunt demnitatea umană, drepturile omului și respectul pentru celălalt.

MARIAN URSAN
Director Asociația Carusel

VIZIUNE & MISIUNE

În viziunea SNK, societatea este formată din oameni responsabili pentru ei înșiși, pentru cei de lângă și pentru mediu. Misiunea Asociației SNK este realizarea proiectelor educaționale și umanitare care implică comunitățile din România în rezolvarea problemelor sociale și de mediu.

NR. PROIECTE

2

Ajutor umanitar
Roșia Montana

Bunicii noștri

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea
proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Ajutor umanitar Roșia Montană



Kaufland România a oferit șapte tone de produse pentru realizarea a 600 de pachete pentru aproximativ **500 de persoane** afectate de inundații. Retailerul s-a implicat în acțiunea umanitară organizată de Asociația SNK și Asociația Roșia Montană pentru sprijinirea persoanelor aflate în nevoie.

Sute de persoane, printre care mulți copii și bătrâni, au fost evacuate din zonele în care

viitura a provocat daune și s-au refugiat la căminul cultural din Roșia Montană. Aproximativ 30 de voluntari, printre care s-au numărat și angajați Kaufland, s-au mobilizat pentru pregătirea pachetelor cu alimente neperisabile și produse necesare de igienă, urmând ca acestea să fie distribuite în zilele următoare.

Bunicii noștri



În pragul sărbătorilor de iarnă, Kaufland România s-a alăturat voluntarilor de la Asociația SNK în campania umanitară „Bunicii Noștri”, prin intermediul căreia au fost distribuite pachete cu alimente și produse de igienă în cantitate totală de 15 tone. Acestea au venit în sprijinul a **500 de persoane vârstnice** din mai multe comunități, la nivel național.

În săptămâna 13-19 decembrie 2021, cu sprijinul a 70 de voluntari din toată țara, au fost pregătite și distribuite un număr de 1500 de sacoșe, pentru a readuce spiritul Crăciunului și speranța în casele bătrânilor din medii defavorizate. Acestea au fost transportate către punctele de lucru Romstal din țară și preluate de voluntarii de la nivel local.

Astfel, peste 25.000 de produse alimentare, produse de igienă personală și de îngrijire a casei au fost primite cu bucurie de 500 de persoane vârstnice vulnerabile, din 50 de localități din București și județele Ilfov, Neamț, Ialomița, Sibiu, Prahova, Brașov, Gorj, Alba,

Bacău, Giurgiu, Cluj, Vâlcea, Dolj, Dâmbovița, Suceava, Bistrița și Argeș.

„Bunicii Noștri” este un proiect al Asociației SNK, care din 2020 asigură recurent alimente și produse de igienă persoanelor în vârstă și persoanelor din medii defavorizate. Prin implicarea voluntarilor în toate etapele, de la pregătirea pachetelor, până la livrarea individuală, proiectul funcționează ca o rețea socială națională, ce acționează în beneficiul celor care au nevoie de ajutor.





A fost ca în povești. O promptitudine ireală, când într-o zi din iulie 2021 am reușit să trimitem 2 tiruri cu alimente către persoanele sinistrate din Roșia Montană. Iar în cadrul acțiunii Crăciun, m-au cucerit voluntarii Kaufland, oamenii care au stat cu noi ore la rând în frig să pregătească pachetele, apoi au mers din casă în casă pentru a le distribui vârstnicilor singuri. Organizare și deschidere au termeni de colaborare definitorii cu Kaufland România.

ANASTASIA STAICU
Președinte

Fundația Mission Without Borders

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Fără Frontiere este o rețea internațională de oameni creștini care îi asistă pe cei săraci și marginalizați, oferind suport practic și spiritual cu speranța unui viitor mai bun, dând posibilitatea și încurajând oamenii să se ridice din sărăcie.

NR. PROIECTE

1

Family to Family

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul



Family to Family



Programul „Family to Family” implementat de fundație are în vedere ajutorarea familiilor nevoiașe. Timp de 5-8 ani, beneficiarii primesc asistență materială și consiliere informală în aria emoțională și spirituală. Pe termen lung, scopul proiectului este independența materială a acestor familii, iar pe termen mediu și scurt, obiectivele fundației sunt legate de susținerea materială prin diverse donații lunare: în principal produse alimentare și igiene, dar și îmbrăcăminte, încălțăminte, rechizite, literatură, medicamente, aparatură electrocasnică etc. Fiecare situație este abordată individual, și, în funcție de posibilități, fundația acordă sprijin în domeniul educațional (burse), tabere de vară, servicii oftalmologice, etc. Sunt organizate întâlniri regulate cu copiii și părinții, acordând o importanță deosebită evenimentelor speciale (Paște, Crăciun, 8 Martie, 1 Iunie sau zilele de naștere ale copiilor). Părinții sunt încurajați

să se angajeze în progresul familiei prin efort propriu, iar cei care demonstrează interes activ și abilități minime sunt susținuți prin implementarea unui proiect personalizat de intervenție, pentru îndeplinirea scopului final- independență materială. Anual, aproximativ 30 familii devin independente datorită proiectului și continuă să genereze un venit financiar și/ sau material, acoperind astfel nevoile familiei.

Cu sprijinul Kaufland România, un număr de 510 familii nevoiașe cu 1.619 copii au beneficiat de bunuri conștând în alimente de bază. Cele 510 familii se află în județele Sibiu, Alba, Vâlcea, Mureș, Sălaj, Brașov, Argeș, Prahova, Neamț, Suceava și Iași. Proiectul a asigurat beneficiarilor o nutriție mai variată și mai sănătoasă, cu impact asupra creșterii, dezvoltării și imunității.

Asociația Little People Romania

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Asociației Carusel este ca persoanele aflate în stare de vulnerabilitate extremă, marginalizate sau excluse din comunitate să primească sprijin atât imediat, cât și pe termen lung, să beneficieze de egalitatea de șanse și să devină vizibili pentru societate, în spiritul apărării drepturilor și libertăților omului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

2,6 mil. lei

DIN CARE

1,8%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Sprijin pentru copiii bolnavi de cancer internați în spital

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Atingerea unui număr mai mare de persoane

Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Sprijin pentru copiii bolnavi de cancer internați în spital



Asociația are în centrul atenției copilul bolnav de cancer, de la prima internare în spital și până în momentul în care pacientul devine Temerar, adică supraviețuitor de cancer, integrat armonios în societate. Serviciile de sprijin psihosociale furnizate de Asociația Little People răspund celui mai mare număr de copii și adolescenți bolnavi de cancer fiind disponibile în toate cele 9 centre majore de tratament regionale, oferind o abordare standardizată, coerentă la nevoile psihologice și emoționale ale copiilor pacienți cu cancer, tinerilor și familiile lor, cu rolul de a crește complianța la tratament și de a obține un rezultat clinic corespunzător.

Consecvența cu care Asociația Little People a implementat fiecare activitate terapeutică, centrată pe nevoile fiecărui pacient în parte, a adus rezultate semnificative în lupta cu boala, iar experiența acumulată pe parcursul celor peste 20 de ani de activitate pe care Asociația Little People România o are în domeniul oncologic și rezultatele obținute în urma aplicării programului standardizat de intervenție în cadrul celor 9 centre de oncopediatrie din țară, au ajutat să identifice cu adevărat nevoile copiilor și adolescenților internați pe secțiile de oncopediatrie: pe lângă tratamentul adecvat tipului de boală, pacienții au nevoie de suport psiho-emoțional care îi ajută în acceptarea situației și a spitalizării, complianța față de tratament, managementul durerii, reducerea semnificativă a anxietății față de procedurile medicale, iar acest lucru poate fi obținut creând un mediu confortabil în care copiii bolnavi au șansa să se simtă în primul rând copii, având acces la joacă, activități distractive și un mediu securizat în care să se dezvolte psiho-social armonios.

Din momentul instalării pandemiei, săptămână de săptămână asociația cumpără produse de bază pentru copiii și mamele internate pe secția de oncologie pediatrică din Institutul Oncologic Cluj-Napoca. Fiind în izolare totală, aceștia nu pot părăsi nici măcar salonul, drept urmare au nevoie de suportul asociației pentru a-i ajuta cu produse de maximă necesitate (produse de igienă, produse alimentare, fructe). Psihologul din cadrul spitalului întocmește listele de cumpărături personalizate, în funcție de nevoile fiecărui mic pacient, produsele sunt cumpărate folosind bonurile valorile donate de Kaufland România, apoi distribuite copiilor.

Pe parcursul a șapte luni, aproximativ 560 de copii și părinți/ aparținători au beneficiat de sprijinul asociației.



”

Serviciile esențiale pe care le oferim micuților pacienți sunt la fel de necesare chiar și pe perioada pandemiei. În plus, față de serviciile de suport emoțional oferite, am identificat și nevoia de a pune la dispoziția familiilor izolate în saloanele din secția de oncopediatrie produse alimentare și de igienă pe care nu și le pot cumpăra. Un lucru care a rămas cu noi pe parcursul anilor este că dacă există ceva ce stă în puterea noastră pentru a face tratamentul mai ușor de îndurat, o vom face fără să stăm pe gânduri. Și asta facem prin fiecare proiect și program pe care îl desfășurăm în cadrul asociației. Suntem recunoscători prietenilor noștri de la Kaufland România pentru încrederea oferită acestui proiect.

KATIE RIZVI

fondator și CEO Asociația Little People România

Fundația Agenția de Dezvoltare Comunitară „Împreună”

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Agenției este orientată în vederea păstrării și afirmării personalității romilor, prin activități de cercetare, documentare și difuzare, elaborare și implementare a politicilor sociale în folosul romilor.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

3,3 mil. lei

DIN CARE

0,82%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Campania de Crăciun
„Un Moș al tuturor”

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Un Moș al tuturor

• • • • •



Principală problemă este percepția negativă a românilor despre romi. Dacă aceasta nu va deveni o prioritate în perioada următoare, există riscul ca atitudinile și acțiunile extreme împotriva romilor să crească pe fondul clivajelor sociale deja existente.

Obiectivele fundației prevăd crearea de resurse și sprijin pentru întreaga comunitate, oferind exemple de bună practică și promovând modele de urmat pentru elevi și părinți. În plus, obiectivele fundației se concentrează pe promovarea educației

incluzive de calitate, cunoașterea istoriei romilor și promovarea modelelor de succes romi. Un rol important în acest demers le revine persoanelor romi care pot activa vectori, își pot face vocea auzită și pot schimba percepțiile pe care ceilalți le au la adresa lor prin propriu exemplu.

Cu sprijinul Kaufland România, în decembrie 2021, fundația a desfășurat o campanie de strângere de donații și cadouri pentru **292 de copii** din Racoș, județul Brașov.

În cadrul episodului 15 din podcastul „Împreună”, podcastul Fundației noastre, Agenția de Dezvoltare Comunitară „Împreună”, cel care s-a așezat pe scaunul din dreapta a fost Valer Hancăș. Discuția cu Valer Hancăș a fost programată cu ceva timp înainte ca războiul din Ucraina să înceapă și a fost motivată de implicarea companiei în care acesta lucrează în susținerea unor activități din domeniul social.

Stând de vorbă cu el am înțeles mai bine semnificația proverbului „omul sfințește locul” și am primit multe idei despre ce ar trebui să facem pentru a atrage sectorul privat în activitățile noastre. Știam că Valer e un tip mișto. Am descoperit însă și un om empatic, blând și modest, care vorbește despre munca pe care o face în domeniul social gătit de emoție. Pentru că-i pasă. Acest podcast nu este un material publicitar pentru Kaufland/ plătit de companie, ci doar o recunoștere a ceea ce această companie face pentru semenii. Sper din tot sufletul ca modelul lor de acțiune să fie preluat de cât mai multe companii. Pentru simplu motiv că este mare nevoie.

GELU DUMINICĂ
Director Executiv

Asociația de Inițiativă Civică și Dezvoltare Locală Neamț

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Colorăm orașul împreună

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

Colorăm orașul împreună



Asociația de Inițiativă Civică și Dezvoltare Locală Neamț este o organizație umanitară, neguvernamentală, apolitică și non-profit, având ca misiune ridicarea nivelului de trai a persoanelor defavorizate, ce pune foarte mare accent pe educarea copiilor. Asociația are în evidență 46 de familii cu peste 150 de persoane nevoiașe din Târgu Neamț și comunele limitrofe.

Proiectul „Colorăm orașul împreună” a însemnat instalarea unei perdele de umbrele colorate în parcul Parcul Central din Târgu Neamț. Sloganul campaniei a fost „cine iubește, dăruiește!”, iar noutatea proiectului a constat însă în faptul că doritorii au putut cumpăra umbrelele care urmau să fie instalate, iar numele acestora a fost înscris pe umbrele.

Peste 9.600 de lei au fost colectați în urma campaniei, fonduri ce au fost folosite pentru a achiziționa mese calde, alimente, dulciuri și o mașină de spălat pentru familiile din evidența asociației.

În plus proiectul a avut și un impact turistic deoarece a devenit un punct de vizita pentru cei care vizitează orașul.



Asociația Caritas Eparhial Oradea

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Caritas Eparhial Oradea derulează proiecte, programe și servicii sociale integrate care răspund inovativ necesităților familiilor aflate în dificultate, persoanelor fără adăpost și vârstnicilor.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

4,4 mil. lei

DIN CARE

0,5%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

O masă caldă pentru
persoanele fără adăpost
din Oradea

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare



O masă caldă pentru persoanele fără adăpost din Oradea



Timp de patru luni, în perioada iunie-septembrie 2021, cu sprijinul Kaufland România, asociația a distribuit mese calde către **30 de persoane** aflate în dificultate în cantina socială din cadrul Centrului Social „Maria Rosa”. De luni până vineri, beneficiarii serviciului vin la sala de mese, servesc prânzul și socializează cu cei prezenți. Angajații și voluntarii asociației contribuie zilnic nu doar la pregătirea și servirea mesei, dar își alocă timp pentru a discuta cu acești oameni, a-i cunoaște, a le asculta povestea și a-i încuraja.

În plus, asociația a oferit și alte servicii sociale. Asistentul social le ascultă problemele și, după efectuarea anchetei sociale, stabilește împreună cu solicitantul o modalitate personalizată pentru oferirea sprijinului. Îndrumarea către instituțiile competente, însoțirea (atunci când este cazul) persoanelor pentru obținerea actelor de identitate, pregătirea dosarelor pentru încadrarea în grad de handicap, informarea cu privire la drepturile legale ale beneficiarilor, precum

și facilitarea accesului la dușuri, pentru a menține igiena corporală a persoanelor fără adăpost și asigurarea unei vestimentații adecvate sunt principalele activități pe care le derulăm în cadrul acestui serviciu social licențiat.



Asigurarea finanțării pentru proiectele sociale ale asociației este întotdeauna o provocare, însă acest lucru a fost mult mai dificil în perioada pandemiei. Voucherele acordate de Kaufland România au reprezentat un ajutor binevenit pentru susținerea activității cantinei sociale din Oradea, destinate persoanelor fără adăpost și persoanelor defavorizate. Sperăm ca în viitor să continuăm și să dezvoltăm colaborarea cu Kaufland România.

OLIMPIU TODOREAN
Președinte

Asociația More than a Smile

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are ca obiective: promovarea drepturilor copiilor instituționalizați prin educație, cultură, promovarea tinerilor voluntari și a voluntariatului prin programele S.E.V. și promovarea drepturilor copiilor instituționalizați.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

330.000 lei

DIN CARE

70%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Pe Paște, alături de
Comunitate

My ShoeBox

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

My ShoeBox



Conform unui studiu realizat de World Vision România, aproape jumătate dintre familiile din România nu își permit să cumpere un cadou copiilor, de Crăciun. Unul din șase părinți nu are nici măcar 10 lei disponibili pentru a oferi celor mici ceva simbolic, de Sărbători.

Pentru ca fiecare copil să îl primească pe Moș Crăciun, asociația a lansat un apel astfel încât doritorii au putut dona cutii de pantofi cu produse igienice, fulare, căciuli, mănuși, jucării și dulciuri.

Cea de-a cincea ediție a campaniei ShoeBox s-a desfășurat în perioada 10 noiembrie - 20 decembrie 2021. Voluntarii Smile au colectat cadourile de Crăciun în fiecare weekend, în magazinele Kaufland din Piatra Neamț, Craiova, Timișoara, Cluj, Lugoj și Râmnicu Vâlcea. Aceștia au colectat peste **12.000 de cadouri** ce au ajuns la copii din Piatra Neamț, Sibiu, Craiova, Timișoara, Cluj, Lugoj, Deta, București, Buzău, Călărași și Bistrița Năsăud.



Anul 2021 a fost anul când reușeam încet, încet să renunțăm la măști, restricții și abia așteptam să ne implicăm în comunitate. Aveam nevoie de toată energia tuturor voluntarilor să reluăm totul de la zero. Am pornit într-o nouă aventură și cu dorința de a ne implica și mai mult. În 2021 am reușit să ducem voluntariatul în alte 12 orașe, ajungând la peste 750 de voluntari. Cea mai mare provocare a noastră a fost să organizăm campania My Shoe Box, implicând câteva filiale și aproximativ 300 de voluntari. Scopul nostru era să ajungem la 10.000 de cutii cu cadouri, dar am ajuns la peste 12.000 de cutii. Toate aceste proiecte n-ar fi putut fi realizate dacă Kaufland România nu se implica alături de noi în comunitate. Pentru al 6-lea an împreună, am făcut diferența în comunitate prin implicare directă.

FLORIN ELVIS TUDOR
Președinte

PROIECTE ADIȚIONALE

- ... **Asociația Untold** – peste 200 de adulți și 80 de copii care locuiesc în zone izolate din Munții Apuseni au primit pachete cu alimente, articole casnice, sanitare și de igienă
- ... **Asociația Valoare pentru copilul tău** – 66 de copii și familiile acestora au primit pachete de Crăciun
- ... **Asociația Speranță pentru Copii** - Ducem speranța în școli
- ... **Asociația pentru Handicapați Psihici Caraș-Severin** - Pachete de alimente cu ocazia sărbătorilor de Paște și Crăciun pentru 60 de copii și 80 de adulți cu dizabilități psihice și neurologice, membri ai asociației
- ... **Asociația Caritas Alba Iulia - Asistență Medicală și Socială** - Susținerea temporară a 60 de copii de etnie romă proveniți din familii sinistrate

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B ...154
 Asociația Dăruiește Viață ...157
 Asociația Centrul de Autism Marea Neagră ...160
 Asociația Club Sportiv Climb Again ...162
 Asociația Happy Minds ...166
 Asociația Filantropică Metropolis ...167
 Asociația Simte Românește ...169
 Fundația HOSPICE Casa Speranței ...171
 Asociația Untold ...176
 Asociația 11even ...178
 Asociația Smart Society ...181
 Asociația Merci Charity Boutique ...183
 Asociația Autism Voice ...186
 Asociația Pentru Înființarea și Sprijinirea Școlii Germane din București ...187

Asociația Volunteer for Life ...188
 Asociația Onco Pilot ...189
 Asociația Filmevent ...190
 Asociația Sus Inima ...193
 Asociația Club Sportiv Sibiu Sport Project ...194
 Asociația Copiii Universului Magic ...196
 Asociația de Tineret, Culturală, Artistică, Tehnico-Științifică și Turistică „Plaiurile Dornelor” ...197
 Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Jr. ...198



22

asociații partenere

30

proiecte

176.004

beneficiari

sport & sănătate



Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Obiectivele Plan B vizează implementarea unor proiecte punctuale în aria educației nonformale și complementare menite să ajute la reducerea decalajelor dintre diferite grupuri sociale și la creșterea unei generații viitoare mai instruite, mai sănătoase, mai conștiente și mai implicate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,1 mil. lei

DIN CARE

86%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

Caravana Akademia
Kinderland

Cercetare sociologică -
comportamentul
alimentar al copiilor

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

Caravana Akademia Kinderland



Caravana care îi învață pe cei mici despre alimentația sănătoasă a ajuns în vara lui 2021 pentru prima oară în regiunea Moldovei (jud. Bacău, Neamț, Suceava, Iași, Vaslui, Galați), iar în toamna aceluiași an, la Constanța și Blaj, Alba.

Copiii au participat la jocurile și demonstrațiile interactive din școala mobilă de nutriție, ca „Detectivul de zahăr”, „Farfuria ideală”, „Kinder Bike”, „Super eroul K”, „Piramida alimentară”, „Tuburile digestive”. Cei mici au aflat astfel, prin mijloace non-formale, cum se combină corect alimentele, cum funcționează corpul uman în raport cu mâncarea, ce înseamnă gustare sănătoasă, de ce este bine să facem sport sau cum să evităm risipa alimentară.

Programul Akademia Kinderland a oferit copiilor din mai multe orașe ale țării acces la educație nutrițională, a crescut gradul de conștientizare asupra nevoii de alimentație sănătoasă, a schimbat comportamentul alimentar și a contribuit la diminuarea numărului de copii cu probleme de greutate.

Părinții au fost și ei sprijiniți în eforturile de a-l ajuta pe cei mici să deprindă obiceiuri sănătoase, cu impact pe termen

lung în starea de sănătate și dezvoltarea armonioasă, mai ales în contextul izolării sociale din timpul pandemiei, când copiii nu au mai avut activitate fizică și a existat tentația de a consuma mai des hrană nesănătoasă, precum fast-food, dulciuri, sucuri etc.

În total, peste **8.500 de copii** au beneficiat de ediția din 2021 a caravanei Kinderland.

Cercetare sociologică despre comportamentul alimentar al copiilor



Pentru o abordare 360 de grade a programului de educație nutrițională, Asociația Plan B și Kaufland România au realizat în septembrie 2021 un Sondaj național privind comportamentul alimentar al copiilor.

Rezultatele cercetării au relevat o situație îngrijorătoare la nivelul populației tinere a României, respectiv: 65% dintre copiii cu vârsta de până la 14 ani consumă dulciuri zilnic, iar 22% dintre părinți recunosc că cei mici mănâncă dulciuri de două-trei ori pe zi, în timp ce recomandarea nutriționiștilor este de 1-2 ori/săptămână; de asemenea, 43% dintre părinți au declarat că cei mici consumă băuturi carbogazoase o dată pe săptămână sau mai des, iar dintre aceștia 14% aleg sucuri în locul apei pentru hidratare. La întrebarea despre tipurile de alimente pe care obișnuiesc să le ofere copiilor, 52% dintre respondenți au indicat gustările sărate (chips-uri, sticks-uri) și 49% produsele semipreparate de tipul

mezelurilor sau crenvurștilor. 52% dintre părinți au declarat că cei mici consumă produse procesate o dată pe săptămână sau mai des, în timp ce 3 din 10 părinți susțin că fructele proaspete nu sunt consumate zilnic sau aproape zilnic de copiii lor.

Cercetarea sociologică privind comportamentul alimentar al copiilor a tras semnalul asupra nevoii de educație nutrițională în România, începând de acasă, în familie, până la școală, prin ore dedicate. În lipsa unui plan național, proiecte precum Akademia Kinderland sunt benefice pentru încurajarea unui stil de viață echilibrat.

O înțelegere reală a nevoilor beneficiarilor proiectelor inițiate de Asociația Plan B și orientarea către soluții sunt, pe scurt, atributele sub care s-a desfășurat colaborarea noastră cu Kaufland România. Fiecare dintre interacțiunile avute cu departamentul CSR a avut la bază nevoia autentică de a duce la bun sfârșit inițiative cu adevărat sustenabile și responsabile, cu impact semnificativ asupra celor vizați.

OANA DUMITRIU
președinte Asociația Plan B

Asociația Dăruiește Viață

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este schimbarea radicală a sistemului medical din România prin implementarea de proiecte de infrastructură (preponderent), advocacy și comunicare care să aducă beneficii reale pacienților și cadrelor medicale și să ofere modele de bune practici ce pot fi implementate ulterior și scalate la nivel național.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

67,9 mil. lei

DIN CARE

1,7%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Spitalul Modular 2
Piatra Neamț

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Implementarea unui proiect nou, într-o regiune neaccesată anterior

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Spitalul Modular 2 Piatra Neamț



Kaufland România a contribuit cu 250.000 de euro pentru ridicarea Spitalului Modular ATI Piatra Neamț, care redă Spitalului Clinic Județean de Urgență Neamț capacitatea de a trata pacienți în terapie intensivă.

Dăruiește Viață, asociația din spatele inițiativei #NoiFacemUnSpital și cea care a construit Spitalul Modular 1 Elias – primul spital modular din România dedicat tratării pacienților cu forme grave de COVID-19, a predat către SCJU Neamț, spitalul de terapie

intensivă, ridicat de la zero, la standardele europene actuale.

Spitalul Modular ATI Piatra Neamț asigură spitalului județean o secție modernă de terapie intensivă, după ce vechea secție a ars în totalitate, în incendiul din noiembrie 2020. În total, 2,7 milioane de euro au fost investiți în Spitalul Modular ATI Piatra Neamț prin campania „Împreună pentru Moldova”, inițiată de Asociația Dăruiește Viață.



Credit foto: Brândușa Bălan

Spitalul modular găzduiește 17 paturi de terapie intensivă, grupate în 3 saloane și o rezervă tip izolator pentru pacienții care au și alte boli contagioase. Este dotat cu centrală de tratare a aerului (care asigură controlul calității, umidității și temperaturii aerului, precum și diferența de presiune între zonele roșii și verzi, pentru a preveni răspândirea virusurilor și protejarea personalului), platformă de gaze medicale, sistem de alertă în caz de incendiu, sistem control acces, sistem nurse call etc.

Spitalul modular de terapie intensivă poate funcționa 5-10 ani, cu întreținere adecvată, și poate deservi spitalul județean ca secție exterioară de ATI, secție de boli infecțioase sau poate fi adaptat oricărei alte nevoi, cu costuri mici. De la incendiu și până în iunie 2021, spitalul a funcționat cu doar câteva paturi de terapie intensivă, improvizate pe alte secții.



Credit foto: George Călin

Spitalul Modular 2 Piatra Neamț a fost un proiect ambițios reieșit dintr-o nevoie stringentă – spitalul județean din Piatra Neamț nu mai avea secție de terapie intensivă, vitală pentru orice spital de urgență. A fost important pentru noi să avem parteneri, precum Kaufland, care să înțeleagă necesitatea proiectului și nevoia de a fi implementat rapid. Kaufland România ne-a fost alături încă de la început, iar încrederea oferită a însemnat enorm.

OANA GHEORGHIU
fondator Dăruiește Viață

Asociația Centrul de Autism Marea Neagră

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are în vedere asigurarea de programe terapeutice complexe copiilor diagnosticați cu tulburări neuropsihice, precum și dezvoltarea unui sistem terapeutic care să permită familiilor aflate în dificultate să poată beneficia de terapie.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,4 mil. lei

DIN CARE

3%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Autism 24h

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Autism 24h



Autism 24h este un ultramaraton caritabil, iar fondurile colectate susțin 16 proiecte destinate copiilor cu nevoi speciale din întreaga țară. Fiecare participant la competiție își donează kilometri alergați pentru a strânge fondurile necesare faptelor bune care urmează să fie îndeplinite. Întregul concept este realizat de Centrul Psihologic „Marea Neagră” și are menirea de a promova dreptul la integrare în comunitate al persoanelor cu dizabilități.

Cea de-a 6-a ediție s-a desfășurat în perioada 4-5 septembrie 2021 și a revenit pe nisipul din stațiunea Mamaia, după ce anul anterior, din cauza pandemiei de coronavirus, a fost organizată o ediție virtuală. Printre cele 70 de echipe care au luat startul la eveniment se numără: Echipa Litoralul Românesc, Spitalului Județean Constanța, Brigada 2 Vânători de Munte Sarmizegetusa, Asociația Internațională a Politistilor, ISU Olt, Baza 57 Aeriana Mihail Kogălniceanu, Colegiul Național Mihai Eminescu, Kaufland, Synevo, Decathlon, Rompetrol etc.

Evenimentului i s-au alăturat în calitate de ambasadori și câteva nume uriașe din domeniul sportului: Simona Halep, Gheorghe Hagi, Cristina Neagu, Elisabeta Lipa, Andreea Răducan, Ana-Maria Brânză, Constantina Diță, Alina Dumitru și Carol-Eduard Novak – Ministrul Tineretului și Sportului.

În cadrul evenimentului au avut loc 3 curse diferite: Cursa clasică de 24 de ore, Cursa Copiilor, deschisă celor mai mici participanți și Cursa Scaunelor Rulante, cu traseul amenajat pe faleză, în paralel cu traseul pe nisip al alergătorilor.

În urma evenimentului, au fost colectate fonduri care au fost folosite pentru a sprijini peste **1.500 de persoane** aflate în întreaga țară: 100 de familii au primit Cutii terapeutice, 120 de copii cu nevoi speciale au beneficiat de o vacanță la mare, 500 de copii au primit manuale adaptate.

Corectitudinea a fost cuvântul ce a subliniat cel mai bine natura colaborării între organizația noastră și Kaufland România. Transparența a fost esențială în buna derulare a proiectului.

ADRIAN GEMĂNARU
Președinte

”

Asociația Club Sportiv Climb Again

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Climb Again este să ofere o șansă la o viață normală copiilor și tinerilor cu nevoi speciale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

3,8 mil. lei

DIN CARE

39%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

4

Climb Again Hub

Centrul Climb Again Iași

Centrul Climb Again
Nucșoara

Lotul Național de
Paraclimbing

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari
Altă formă

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

În România, a fi persoană cu deficiențe înseamnă pentru mulți pierderea totală a independenței. E un stigmat social care pentru cele peste 850.000 de persoane cu dizabilități înregistrate în 2020 în România înseamnă izolare, neimplicare socială, neîncredere în forțele proprii, tulburări de dezvoltare emoțională și limite autoimpuse, toate acestea contribuind la diminuarea șanselor de incluziune socială.

Asociația își propune să introducă la scară națională escalada ca pe o metodă non-formală de învățare care se concentrează nu doar pe îmbunătățirea izolată a unui anumit tip de abilitate, ci apelează în același timp la abilitățile fizice, psihice și sociale, folosind tehnici adaptate și jocul. În terapia prin escaladă, apropierea fizică laolaltă cu încurajările și provocările relației instructor-beneficiar-psihiolog stau la baza procesului de vindecare. Micile progrese par să apară spontan, dar sunt rezultatul multor luni de muncă și a multor obstacole depășite - obstacole de ordin mental, social și cultural.

Climb Again Hub

Climb Again Hub se adresează copiilor cu deficiențe de vedere din școlile speciale, iar în 2021 asociația a reușit să finalizeze amplasarea panourilor de escaladă în toate cele 7 școli și licee de nevăzători existente în România. În același an, a inaugurat panouri de cățărare pentru copiii nevăzători din București, Timișoara și Arad (Școala Gimnazială Specială pentru Deficienți de Vedere București, Liceul Teoretic Special „Iris” Timișoara și Liceul Special „Sfânta Maria” Arad).

Proiectul Climb Again Hub „Puternici împreună” oferă copiilor cu deficiențe de vedere cursuri de terapie prin escaladă și

servicii sociale conexe: instructaj baston alb, ateliere de dezvoltare personală și terapie prin joc.

Rezultatele proiectului:

- *** peste 2000 de persoane au fost informate lunar în mod direct despre proiect
- *** 25 ateliere de independență în care copiii au pus bazele mersului cu bastonul
- *** 10 ateliere de dezvoltare personală
- *** 10 ateliere de terapie prin joc/ artă
- *** antrenamente săptămânale pe durata a 10 luni la nivel local cu copiii cu dizabilități
- *** 18 profesori implicați în antrenamentele copiilor și dezvoltarea acestora folosind terapia prin escaladă
- *** 6 copii antrenați în școli au avut curajul să intre în Lotul de Paraclimbing (iar Angelo Simionescu s-a întors cu locul III de la cupa mondială din Innsbruck); acum o parte din ei sunt instructori în devenire în școlile în care învață.





Centrul Climb Again Iași

Regiunea Iași figurează pe primele locuri ca număr de persoane cu dizabilități, iar o mare parte dintre aceștia sunt insuficient deserviți de servicii sociale care să-i ajute să aibă o viață demnă. Astfel, în iunie 2021 asociația a preluat o sală de cățărare din Iași, pentru a crea un centru de terapie prin escaladă și a putea oferi sesiuni de antrenamente și terapie constante copiilor și tinerilor care au nevoie.

Centrul Climb Again Iași este al doilea centru de terapie prin escaladă din România destinat copiilor și tinerilor cu nevoi speciale și incluziunii prin sport. Centrul de la Iași a deschis porțile pentru 50 de copii și tineri cu dizabilități care s-au cățărat pe panou, și-au depășit frica de înălțime și necunoscut și și-au îmbunătățit motricitatea și funcțiile cognitive. Au participat la ateliere de dezvoltare personală pe tematici diferite, în care copii au fost organizați și au fost ghidați de facilitator prin instrumentele muzicale, fir narativ sau prin modelare manuală și au fost conduși într-o sesiune de rupere a barierelor și prejudecăților cu care sunt în general obișnuiți.

La centrul Climb Again din Iași se antrenează

uneori și elevii cu deficiențe de vedere de la Liceul special din Tîrgu Frumos precum și membrii Lotului Național de Paraclimbing. Școlile partenere sunt: Liceul Special „Moldova” din Tîrgu Frumos (deficiențe de vedere), Colegiul Tehnic „Ion Holban” Iași (deficiențe neuromotorii), Liceul Tehnologic Special „Vasile Pavelcu” (deficiențe de auz).

Centrul Climb Again Nucșoara

În 2021, cu sprijinul Kaufland România, asociația a început demersurile pentru construirea centrului Climb Again de terapie recreațională și sport adaptat pentru copii și tineri cu dizabilități. Este un proces complex a cărui construcție se va întinde pe o perioadă de 3 ani.

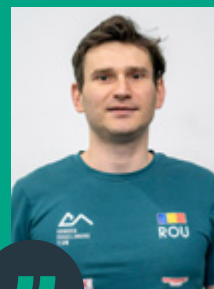
Proiectul are ca scop dezvoltarea elementelor de viață independentă și conectare cu natura pentru a-i ajuta să își învingă temerile și să își atingă potențialul lor maxim. Va fi un centru integrat accesibilizat și disponibil tuturor celor interesați de sport adaptat. Centrul va avea următoarele facilități: parc de aventură, terenuri pentru diferite sporturi, săli de

recuperare/ kinetoterapie și spații de cazare și va acomoda tabere și activități pentru copiii cu dizabilități. Spațiul va fi unul incluziv și va reuni copii tipici și copii cu dizabilități și îi va ajuta să își găsească starea de bine și echilibrul social.

Lotul Național de Paraclimbing

Lotul Național de Paraclimbing este echipa de sportivi care practică escalada (cățărarea sportivă), la nivel de înaltă performanță, a Asociației Sportive Climb Again. Lotul este format din 20 de sportivi cu vârste între 15 și 35 ani, cu diverse tipuri de deficiențe fizice, care se antrenează și participă la competiții internaționale, reprezentând România.

Mobilitatea lotului devine o provocare în contextul în care numărul competițiilor și a deplasărilor pentru activități și antrenamente crește. Cu sprijinul Kaufland România, asociația a achiziționat un microbuz care permite deplasarea echipei de proiect la toate școlile speciale de nevăzători din România implicate în proiectul Kaufland Hub din toată țara.



Kaufland România este compania care a contribuit la creșterea Climb Again și întreaga noastră activitate din ultimii ani ar fi fost îngreunată, poate chiar imposibilă fără contribuția Kaufland. Climb Again a pornit din dorința de a ne depăși limitele, de a-i ajuta pe copiii și tinerii cu dizabilități să fie independenți și încrezători în propriile forțe prin intermediul terapiei prin escaladă. Începând cu 2018, Kaufland România ne-au fost alături când am ridicat primii pereți de escaladă în centrul Climb Again București! Un an mai târziu, misiunea Climb Again ajungea în toate școlile de nevăzători din țară prin turnul mobil de cățărare. După aproape 5 ani de proiecte frumoase, putem spune din toată inima că numai împreună putem face o diferență!

CLAUDIU MIU
Președinte

NR. PROIECTE

1

depreHUB - transformăm
lacrimile în zâmbete!

depreHUB - transformăm lacrimile în zâmbete!



În România, 1 din 10 persoane este afectată de depresie. Peste 50% dintre persoanele care suferă de depresie nu știu că au această afecțiune și mai puțin de 30% ajung să se trateze. De cele mai multe ori, de teama stigmatizării sau din lipsă de bani, românii nu ajung la psiholog. La aceasta se adaugă contextul pandemic din ultimul an care, pe fondul riscului de sărăcie și excluziune socială, a vulnerabilizat emoțional populația ducând la declanșarea episoadelor de anxietate și depresie.

Începând cu 24 august 2021, persoanele cu probleme de depresie sau anxietate au putut beneficia de psihoterapie gratuită. În cadrul campaniei „Transformăm lacrimile în zâmbete”, inițiată de depreHUB cu sprijinul Kaufland România, 200 de români au fost integrați în programul de psihoterapie de criză și au primit suport psihologic.

Campania „Transformăm lacrimile în zâmbete” este un demers social inițiat cu scopul de a oferi accesul persoanelor defavorizate la servicii de psihoterapie și de a le asigura o

intervenție rapidă și specializată în situații de criză emoțională.

Scopul terapiei de criză este de a readuce beneficiarul la nivelul său de competență și funcționare adaptativă din perioada de pre-criză și de a scădea impactul emoțional negativ al evenimentului la care a fost supus.

Finanțarea Kaufland România cuprinde atât susținerea celor 1000 de sesiuni de terapie, cât și a liniei gratuite de helpline depreHUB. Beneficiarii campaniei au fost persoanele care suferă de atacuri de panică, stări de anxietate sau depresie și care au nevoie de sfatul și ajutorul unui specialist în plină criză emoțională.

Campania s-a desfășurat în perioada 24 august 2021 – 31 octombrie 2022, la nivel național.

În cadrul campaniei, persoanele defavorizate au putut beneficia de 5 sesiuni online de terapie gratuită susținute de către psihologii depreHUB.

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Fundației Metropolis este crearea accesului copiilor și tinerilor la sănătate, educație și dezvoltare emoțională echilibrată. Fundația se concentrează pe asistență socială pentru copiii vulnerabili din centrele proprii și parteneri, pe renovarea spitalelor publice din bani privați, dar și pe susținerea cauzelor individuale verificate.

NR. PROIECTE

1

Spitale Publice
din Bani Privați

FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Spitale Publice din Bani Privati



Fundația Filantropica Metropolis a demarat și e în curs de finalizare a proiectului de renovare și modernizare a secției de Nefrologie a Institutului Clinic Fundeni. Inițiativa vine după ce anterior fundația a renovat, cu sprijinul Kaufland România, întreg etajul 7 al Institutului Fundeni.

În decembrie 2021, Kaufland România a derulat o acțiune de strângere de fonduri alături de Codin Maticiu, care a fost casier timp de două ore la una dintre casele de marcat ale hipermarketului Kaufland Barbu Văcărescu, din capitală. Suma încasată de actor a fost înzecită de Kaufland și donată Fundației Metropolis, pentru renovarea secției de Nefrologie de la Institutul Fundeni.

Împreună cu Marco Hößl, Kaufland susține în continuare proiectele care își propun îmbunătățirea serviciilor medicale din România. Mai mult, odată cu împlinirea vârstei de 46 de ani, CEO-ul companiei va dedica personal 46 de ore pentru implicarea

în proiecte de responsabilitate socială, alături de alți voluntari, în mai multe cauze sociale și ecologice.

În plus, în martie 2022, Kaufland România a derulat una dintre cele mai ample campanii de conștientizare din industria retailului românesc, pentru susținerea proiectului #SpitalePubliceDinBaniPrivati. Cei peste 15.000 de angajați ai companiei au purtat timp de o zi câte un tricou cu mesajul „Spitale Publice din Bani Privati”, în semn de solidaritate.

Scopul campaniei #SpitalePubliceDinBaniPrivati este de a aduce spitalele din România la cele mai noi standarde, prin proiecte de renovare, reabilitare și dotare cu echipamente moderne.



Fundația Filantropică Metropolis a găsit în Kaufland România un partener care a asigurat și asigură sustenabilitatea proiectelor pe o lungă perioadă de timp. Împreună cu Kaufland România ne implicăm în soluționarea cât mai urgentă a problemelor acute ale comunității, reflectate în tiparul intervenției prin identificarea nevoilor de bază, modalitatea de soluționare prin acțiuni concrete și rezultate sigure de succes.

DANIEL EPURE
Președinte



Asociația Simte Românește

partener
comunitar
de tradiție

NR. PROIECTE

1

CancelCancer

CancelCancer



Ce-ai putea face în 15 minute? Câte lucruri ai putea să rezolvi? Oare 15 minute ar putea face diferența? Timpul – o resursă atât de importantă pe care învățăm să o prețuim, de multe ori, când este prea târziu.

15 minute pot însemna o șansă în plus la viață. 15 minute durează o ecografie mamară pentru a afla că ești bine și că poți avea în continuare grijă de cei dragi.

AVON și Kaufland România au continuat și în 2021 #CancelCancer – caravana națională de ecografii mamare gratuite.

Începând cu 7 iulie 2021, femeile au putut beneficia de o consultație senologică gratuită în cele 22 de orașe incluse în caravana medicală.

Este al cincilea an în care două branduri responsabile și puternic implicate în campanii sociale își unesc forțele pentru o cauză nobilă: reducerea mortalității cauzate de depistarea în stadii terminale a cancerului de sân.

La fel ca în anii trecuți, un cabinet medical mobil, cu un design prietenos și dotat cu

ecograf de ultimă oră, străbătut țara și a ajuns în 22 de orașe. Unitatea mobilă a fost amplasată în parcurile hipermarketurilor Kaufland din fiecare localitate, unde a staționat timp de trei zile.

În premieră în 2021, echipa medicală este formată din medici specialiști din cadrul celei mai mari rețele de medicina privată din România – Regina Maria.

CancelCancer reprezintă un manifest pentru sănătate, pentru un stil de viață sănătos și responsabil. Este o inițiativă ce își propune să mobilizeze femeile pentru a avea grijă de sănătatea lor și pentru a se concentra pe prevenție.



România este țara europeană cu cea mai ridicată mortalitate cauzată de depistarea foarte târzie (în stadiile 3 și 4) a cancerului la sân.

Campania #CancelCancer a fost inițiată de AVON cu sprijinul Kaufland în 2017 și este un demers social cu scopul de a îmbunătăți statisticile, de a educa femeile din România și de a transforma prevenția într-un subiect uzual și firesc.

În 2021 proiectul s-a desfășurat în patru etape. Peste 3.000 de femei au beneficiat de anamneze și ecografii mamare gratuite, iar, acolo unde a fost cazul, și de un voucher pentru mamografie (la una dintre clinicile Regina Maria din fiecare oraș sau din proximitate).



CancelCancer este despre oameni și pentru oameni. Este despre curaj, despre empatie și spirit nobil, într-o lume care ar trebui să prețuiască mai mult aceste valori. Și să le încurajeze.

Anul acesta le îndemnăm pe femeile din România să își dea timp, să își aloce 15 minute pentru ele, pentru a afla că sunt bine. Le îndemnăm să învețe să se prețuiască.

Ca în fiecare an, Cancel Cancer este despre implicare. Ne bucură nespus amplitudinea pe care o capătă inițiativa noastră, de la un an la altul. Iar pentru acest lucru le suntem recunoscători și celor de la Kaufland, partenerul nostru alături de care de cinci ani schimbăm în bine viețile a mii de femei din România.

Și, într-adevăr, ÎMPREUNĂ CÂȘTIGĂM TIMP.

ANDREEA MOLDOVAN
General Manager AVON SEE

Fundația HOSPICE Casa Speranței

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea HOSPICE este ca, în România, toți pacienții cu boli incurabile să beneficieze de servicii adecvate de îngrijire paliativă, la momentul potrivit, pentru a trăi cu demnitate fiecare clipă, alături de cei dragi.

Misiunea HOSPICE este de a îngriji cu profesionalism și dăruire copiii și adulții care trăiesc cu o boală incurabilă, oferind servicii specializate pentru ei și pentru familiile lor.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

25,8 mil. lei

DIN CARE

2,16%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

4

Echipele Kaufland. Modele de îngrijire comunitară pentru pacienți cu afecțiuni incurabile

Servicii de îngrijiri paliative în Centre de zi București și Brașov

Eroinele - Speranță și îngrijire

Copacul Dorințelor:
Amintiri din copilărie

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Echipele Kaufland. Modele de îngrijire comunitară pentru pacienți cu afecțiuni incurabile



Proiectul propus este unic în România, vizând creșterea accesului la servicii de specialitate de paliativ pentru 60 copii cu boli amenințătoare de viață din București și Brașov, prin 2 echipe mobile multidisciplinare care asigură intervenții specializate și individualizate de paliativ la domiciliul acestora.

În scopul creșterii calității vieții, 60 de copii sunt sprijiniți pe mai multe paliere complementare: medical, de nursing, psiho-social și psiho-pedagogic, 60 de părinți sunt informați cu privire la metodele optime de îngrijire a copiilor (între vizitele echipei HOSPICE) și sunt consiliați din punct de vedere psiho-social, pentru a face față provocărilor generate de boala incurabilă în propria familie.

Echipele mobile Kaufland din Brașov și București includ medici, asistenți medicali, asistenți sociali, psihologi, kinetoterapeuți, psiho-pedagog. Unicitatea acestei echipe provine din mai multe direcții:

1. sunt singurele echipe mobile de îngrijire paliativă comunitară pediatrică atât în București, cât și în Brașov
2. asigură asistența unui număr mai mare de copii, dar și continuitatea îngrijirii copiilor și familiilor în diversele medii (spital-domiciliu-centrele HOSPICE București/ Adunații Copăceni și Brașov)
3. integrează intervențiile educaționale specializate în cadrul unei echipe mobile (până în prezent acest tip de intervenții fiind asigurate de Școala HOSPICE doar în centrele sale din București și Adunații Copăceni)

Derulat fiind de HOSPICE Casa Speranței, proiectul oferă și avantajele de a deține servicii în toate mediile de îngrijire (internare, centre de zi în București și Brașov), astfel încât continuitatea îngrijirii nu va reprezenta un deziderat, ci o certitudine.



Servicii de îngrijiri paliative în Centre de zi București și Brașov



HOSPICE Casa Speranței oferă gratuit copiilor și adulților diagnosticați cu boli incurabile internare în unitățile cu paturi, vizite la domiciliu, asistență socială, consiliere psihologică, recuperare prin kinetoterapie și activități cu personal specializat în centrele de zi.

Centrele de zi asigură un mediu propice de socializare și diminuare a marginalizării și izolării, corelat cu intervenția specialiștilor prin consultații medicale și tratamente ambulatorii individualizate, suport social, consiliere psiho-emoțională și spirituală,

terapie ocupațională și prin artă, alte activități recreative.

Sprijinul Kaufland România a însemnat susținerea funcționării a 2 echipe de îngrijiri paliative în cele două centre de zi, timp de 2 luni.

Rezultate:

- ... 123 beneficiari
- ... 480 vizite în Centrul de zi
- ... 80 sesiuni de terapie prin arte combinate

Eroinele - Speranță și îngrijire



HOSPICE deține singurele servicii gratuite specializate de îngrijire intensivă a limfedemului, servicii extrem de solicitate de pacienți din întreaga țară. Cu sprijinul Kaufland România, aceste servicii se consolidează, prin intervenții individualizate, complementare și integrate, astfel încât este asigurată continuitatea îngrijirii și este menținut progresul terapeutic.

Cu sprijinul Kaufland România, Fundația a susținut funcționarea unei echipe de îngrijiri paliative oferite în policlinică în beneficiul pacienților afectați de limfedem, aflați în grija Fundației, pentru o perioadă de 4 luni.

Scopul proiectului este acela de a crește accesibilitatea la serviciile de îngrijire a limfedemului pentru pacienți cu cancer de sân.

Obiectivele specifice abordează două paliere complementare care asigură unicitatea proiectului, caracterul integrat, individualizat,

adaptabil al serviciilor propuse, de consiliere și sprijin pentru autoîngrijire (prin consultații de telemedicină și hibride oferite de medic), de acordare a serviciilor specializate pentru îngrijirea limfedemului (oferite de asistenți medicali și kinetoterapeuți în sistem ambulator și de internare):

- ... Sprijinirea pacienților cu cancer de sân în creșterea capacității de autoîngrijire a limfedemului și/ sau de prevenire a acestuia, prin consultații de evaluare și monitorizare în sistem de telemedicină și hibride, pe durata a 4 luni;
- ... Sprijinirea pacienților cu cancer de sân în creșterea și menținerea calității vieții prin servicii specializate de îngrijire a limfedemului și kinetoterapie, pe durata a 4 luni

În 2021, cu sprijinul Kaufland România, s-au obținut principalele rezultate:

- *** 140 pacienți din București și Brașov au primit servicii interdisciplinare de îngrijiri la domiciliu (80 pacienți adulți, 60 pacienți copii)
- *** 1.378 vizite la domiciliu
- *** 123 pacienți adulți au beneficiat de intervenții specializate interdisciplinare în cadrul centrelor de zi din București și Brașov

Copacul Dorințelor: Amintiri din copilărie



„Copacul Dorințelor: Amintiri din copilărie” este primul film caritabil făcut vreodată în România, un film de lung metraj disponibil în toate cinematografele din țară începând cu luna octombrie 2021. Filmul dorește să atragă atenția asupra cauzei îngrijirilor paliative, una dintre laturile cele mai ignorate de către sistemul medical din România.

Astfel, contribuind la misiunea HOSPICE Casa Speranței: aceea ca populația României să conștientizeze importanța îngrijirilor paliative, filmul schimbă mentalități și are un impact în rândul societății. Experiența din cinematografe a oamenilor a fost completată prin Caravana „Copacul Dorințelor”, cu scopul de a conștientiza importanța îngrijirii paliative în rândul elevilor de liceu printr-o serie de evenimente suplimentare dedicate pacienților care suferă de o boală incurabilă, precum și staffului medical implicat în acest tip de îngrijiri.

- *** 410 participări la centrele de zi
- *** 262 copii au primit pachete cu alimente și jucării, cu ocazia Zilei de 1 iunie 2021
- *** 170 de copii au primit cadouri de Crăciun



Totodată, prin apariția cărții „Copacul Dorințelor” și a jucăriei „Alpaca Mișu”, filmul este promovat prin alte medii complementare. Adresându-se în principal copiilor și adolescenților, sunt folosite elemente familiare lor (carte pentru copii și jucărie de plus) prin care este transmis mesajul de conștientizare ale nevoii de paliativ în rândul populației din România.

Scopul proiectului este acela de a crește nivelul de conștientizare al importanței și nevoii de îngrijiri paliative, în rândul liceenilor, o categorie socială care se confruntă de multe ori cu situații limită în care părinți, bunici, frați, surori sau alte rude au nevoie de îngrijire paliativă.

A fost organizat un eveniment de awareness internațional în cadrul World Palliation Day - o proiecție specială a filmului, urmată de o masă rotundă la care au participat experți în paliativ și autorități, astfel încât să se genereze soluții pentru dezvoltarea îngrijirilor paliative în România.



Au fost organizate proiecții ale filmul caritabil „Copacul Dorințelor” în cadrul unor evenimente în licee din mai multe județe, film care prezintă mai multe informații esențiale despre îngrijirea paliativă sub forma unei povești cinematografice de ficțiune - o formă facilă de a comunica îngrijirea paliativă către copii și tineri. Materialele complementare (carte și jucărie) au fost distribuite fiecărui copil participant la eveniment.

În plus, filmul a fost proiectat în cadrul a 6 evenimente organizate special pentru pacienții care suferă de un diagnostic incurabil și pentru cei care le oferă îngrijire. Scopul acestor proiecții este unul terapeutic, în care pacienții și stafful medical petrec 2 ore în care uită de diagnosticul nemilos și de încărcătura psihologică de care au parte în fiecare zi.



De peste 8 ani, Kaufland România este un partener strategic pentru HOSPICE Casa Speranței, iar această colaborare pe termen lung ne oferă posibilitatea să asigurăm servicii specializate și gratuite de îngrijire paliativă, la cele mai înalte standarde, pentru un număr cât mai mare de pacienți. Anul 2021, cu toate incertitudinile generate de pandemie, ne-a dovedit, o dată în plus, că doar împreună putem face cu adevărat o diferență pentru copiii și adulții afectați de o boală incurabilă.

MIRELA NEMȚANU
Director Executiv

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1 mil. lei

DIN CARE

60%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

Blood Network

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de
angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

Blood Network



Blood Network, cea mai longevivă campanie de donare de sânge din România, inițiată de organizatorii festivalului UNTOLD, a continuat și în 2021. Organizatorii au lansat cea de-a șaptea ediție a campaniei de donare de sânge care a mobilizat zeci de mii de oameni din România. În 2021 campania s-a desfășurat în perioada 17 iulie – 05 septembrie 2021 în toate centrele de transfuzii din țară. Totodată, caravana mobilă a fost prezentă în 11 orașe mari din România - București, Constanța, Tîrgu Mureș, Sibiu, Oradea, Ploiești, Craiova, Iași, Timișoara, Brașov și Cluj-Napoca.

Ca și în anii precedenți, fanii festivalului UNTOLD au putut dona atât în centrele fixe, cât și la caravanele mobile. Toți cei care vor au donat la caravanele mobile au primit bilet gratuit pentru prima zi a festivalului UNTOLD 2021 și tichete de cumpărături în valoare de 100 de lei din partea Kaufland România.

Campania BLOOD NETWORK este realizată cu sprijinul Kaufland România, în parteneriat cu platforma Și Eu Donez și cu ajutorul Institutului Național De Transfuzii Sanguine.

Campania Blood Network a însemnat până acum peste 15.000 de donatori la caravanele mobile de donare de sânge și la centrele de transfuzii din întreaga țară.

În plus, în perioada 13-14 noiembrie 2021, campania de donare de sânge „Blood Network” a revenit la Ploiești, în parteneriat cu Primăria Ploiești și Centrul de Transfuzie Sanguină Ploiești.

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea 11even este sintetizată în următoarea frază: "O Românie în care tinerii performeri vor să trăiască, să se dezvolte și să colaboreze, formată din comunități în care bucuria mișcării să fie o realitate a fiecărei zile."

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

1,5 mil. lei

DIN CARE

86%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

3*

Bucurie în Mișcare

Bucurie în Mișcare
Summer Fun

Bucurie în Mișcare
Winter Fun

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați

Bucurie în Mișcare



În România, efectele lipsei de sport se văd în mai toate statisticile privind sănătatea populației. De pildă, creșterea din ultimii ani a numărului de oameni care nu fac deloc activitate fizică poate fi corelată cu o creștere a incidenței obezității. Potrivt Eurostat, în 2014, doar 9,1% dintre români puteau fi catalogați drept obezi, iar în 2019 rata crescuse la 10,5%. În mod similar, numărul de persoane supraponderale a crescut și el de la 53,9% la 56,4%, iar cel al românilor pre-obezi a crescut de la 44,8% la 46%. În 2018, un sondaj Eurobarometru anunța că 63% dintre români nu fac deloc sport (în timp ce 51% spun că nu fac deloc alte tipuri de activitate fizică, precum grădinaritul, ciclismul sau dansul), 18% practică rar, 13% cu oarece frecvență și doar 6% practică în mod regulat.

După un an de pauză datorat pandemiei Covid, cea de-a IX-a ediție a evenimentului Bucurie în Mișcare a revenit în 2021 în 6 orașe din România. Selectate în urma unei pre-campanii de promovare a mișcării derulată

la nivel național, sub denumirea Provocare în Mișcare, cele 6 orașe gazdă din acest an au fost: Oradea, Galați, Râmnicu Vâlcea, Sighetu Marmăției, Roman și Alba Iulia.

Ambasadorii ediției din 2021 au fost Cristina Pîrv – cea mai valoroasă jucătoare de volei din România, Robert Cercel – fitness master trainer și finalist Men's Health 2018 și Cosmin Stanciu – World WUKF Karate Champion și concurent Survivor România. Lor li s-au alăturat mii de iubitori ai mișcării, într-o ediție în care a fost promovat sportul în multiplele sale forme.

Winter Fun este un proiect marca Bucurie în Mișcare, destinat deopotrivă practicanților de sporturi de iarnă – ski și snowboard, dar și celor care ajung în stațiuni de ski ca vizitatori. În 2021, caravana a ajuns în 6 stațiuni montane – Straja, Rarău Câmpulung Moldovenesc, Borșa, Cavnic, Șureanu și Predeal. Spațiul Winter Fun a fost amplasat în fiecare stațiune în apropiere de baza părții și a oferit diverse activități, pentru toate



vârstele: mini traseu de snowboard pentru copii între 3-5 ani, spațiu cu jocuri diverse pentru adolescenți și tineri – bimarathon, pingpong fun, ski de grup și multe altele, concursuri highest ollie pentru snowboarderi experimentați. Pe pârtii au fost amenajate trasee speciale pentru competiții, la care au luat parte peste 500 de schiori de toate vârstele, iar pârtia de sănii a fost locul unor concursuri amuzante pentru familii.

Evenimentele au fost susținute de Kaufland România și au fost organizate cu sprijinul Salvamont și a școlilor locale de ski și snowboard din fiecare stațiune.

Între 1 iulie și 5 septembrie 2021, asociația a derulat cea de-a II-a ediție a proiectului Bucurie în Mișcare – **Summer Fun**. După ce în 2020 evenimentele s-au desfășurat în mai multe locații ale litoralului Mării Negre, în 2021 au fost implementate 2 spații în Corbu și Tuzla.

Ca și la prima ediție, proiectul a fost susținut de Kaufland România și a presupus spații și activități destinate mișcării. Pentru că, nu-i așa, mișcarea ar trebui să fie o constantă în viața noastră, chiar și atunci când suntem în vacanță.

Bucurie în Mișcare a revenit în 2021 pe plaja Nomad Beach din Corbu, de data aceasta cu un spațiu mult mai complex față de cel din prima ediție. Astfel, zona Summer Fun a fost compusă din 3 tipuri de activări – traseu cursă cu obstacole pentru tineri și adulți, mini-traseu cu obstacole pentru copii și o zonă de beach gym, cu 5 aparate multifuncționale de fitness. Așadar, au fost oferite o plajă variată de activități, de la adrenalină și competiții intense, până la exerciții pentru grupe musculare.

Cea de a doua zonă de activități s-a desfășurat pe plaja Tuluz, din Tuzla, unde săptămânal, de joi-duminică, cei prezenți au putut testa SUP-urile Bucurie în Mișcare și au avut acces la diverse alte jocuri pe plajă.



Asociația Smart Society

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este digitalizarea la nivel național a interacțiunii dintre donatori și centrele de transfuzie, astfel încât fiecare centru de transfuzie să aibă posibilitatea să gestioneze în mod optim și independent fluxul de donatori de sânge și să aibă acces la o bază de donatori care pot fi solicitați pentru donare în situații de criză.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

688.000 lei

DIN CARE

96%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Donorium

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Donorium



Doar 2% din populație donează sânge în România, iar 1 din 3 bucureșteni nu primesc sânge la timp. Proiectul social Donorium, realizat de Asociația Smart Society, Fundația Donatorilor Benevoli de Sânge și cu implicarea Kaufland România, își propune să dubleze numărul de donatori până în 2025 prin creșterea vizibilității problemei.

Aplicația Donorium interconectează în timp real nevoile centrelor de transfuzii cu disponibilitatea donatorilor și facilitează comunicarea dintre donatori și centre.

Aplicația a fost lansată în 2018 printr-un proiect pilot în 5 Centre de Transfuzie din București, Arad, Bacău, Constanța și Ploiești. În 2021, asociația a reușit să implementeze aplicația în încă 12 centre de transfuzie - Botoșani, Caraș-Severin, Dâmbovița, Giurgiu, Hunedoara, Iași, Mehedinți, Neamț, Suceava, Teleorman, Vaslui, Vrancea, ajungând astfel la un total de 36 de centre.

În plus, asociația lucrează în prezent la o versiune îmbunătățită a aplicației, adăugând noi funcții precum:

- *** programări pentru donare de plasmă și trombocite
- *** îmbunătățirea experienței pentru utilizator pentru procesul de programare
- *** programări multiple pentru anul curent
- *** evenimente de donare publice și private
- *** canal de suport în aplicație
- *** overview activitate de donare și ajutor oferit pacienților



Kaufland România este partener fondator al Donorium, proiect principal al Asociației Smart Society. Colaborarea cu Kaufland România a fost vitală pentru implementarea proiectelor asociației noastre și a garantat succesul acestora. Echipa Kaufland este, din punctul nostru de vedere, cea mai implicată din România în ceea ce privește proiectele de responsabilitate socială. Suntem recunoscători pentru buna colaborare și suntem mândri că lucrăm împreună pentru a rezolva problema lipsei de sânge pentru transfuzie din România.

ADRIAN DRAGOȘ MUTAȘCU
Președinte

Asociația Merci Charity Boutique

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea organizației este acces la servicii medicale în mediul rural prin cabinete și clinici mobile.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1 mil. lei

DIN CARE

48%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Cabinet stomatologic
școlar mobil pentru
copii din mediul rural

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane

Vizibilitate crescută

Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Cabinet stomatologic școlar mobil pentru copii din mediul rural



În mediul rural, cabinetele stomatologice sunt o raritate și inaccesibile financiar pentru comunitățile cu grad ridicat de sărăcie. Numai 13% din cabinetele stomatologice din România funcționează în mediul rural, majoritatea fiind private. Consecința lipsei cabinetelor stomatologice în mediul rural și

imposibilitatea unui tratament la un cabinet privat, contribuie la statisticile negative: unul din doi români are cel puțin un dinte lipsă, 33% și-au pierdut deja 3 dinți până la 40 de ani, iar 1 din 20 are nevoie de implanturi deoarece are dinți irecuperabili sau absenți. Aceste afecțiuni au consecințe asupra digestiei, funcționării inimii, sarcinii și alăptării și reprezintă factori declanșatori ai unor forme de cancer.

Asociația deține două cabinete stomatologice mobile cu care poate ajunge rapid în orice comunitate rurală, și gestionează o comunitate de medici și studenți la stomatologie care lucrează pro-bono în cabinetele stomatologice mobile.

Fără această soluție, copiii din comunitățile vizate nu au o altă șansă la asistență stomatologică, situație cu impact negativ asupra sănătății generale a copilului, asupra educației prin absențele școlare cauzate de afecțiuni stomatologice și impact financiar asupra familiei.

Scopul proiectului implementat cu sprijinul Kaufland România este pilotarea unui mecanism de asistență stomatologică preventivă - cabinet stomatologic școlar mobil, spre a fi accesat de către instituțiile de învățământ din mediul rural în beneficiul elevilor. Cabinetul stomatologic școlar mobil deservește concomitent 21 de școli din mediul rural, adaptând modelul tradițional de cabinet stomatologic școlar din mediul urban la realitatea și nevoile mediului rural, cu o abordare inovatoare și resurse umane și financiare alocate optim. Județul Iasi are o rată de marginalizare printre cele mai mari în mediul rural (Atlasul zonelor rurale marginalizate, World Bank, 2016).

Activitățile au vizat:

- ... Selecția satelor din comune ieșene eligibile, comunicarea criteriilor de participare în proiect, selecție și crearea și promovarea formularului de înscriere;
- ... Selecția școlilor beneficiare, încheierea protocolului de colaborare, planificarea activităților;
- ... Planificarea acțiunilor de asistență stomatologică și alocarea resurselor;
- ... Promovarea programului de voluntariat, recrutare și training medici și studenți la stomatologie;
- ... Pregătirea logistică a cabinetului stomatologic mobil (service, igienizare, achiziții consumabile, încheiere acorduri părinți);
- ... Derularea intervențiilor stomatologice, prelucrarea datelor colectate și analiza impactului;
- ... La finalizarea proiectului: informarea autorităților despre rezultatele pilotului și măsuri recomandate pentru implementarea mecanismului la nivel regional/ național.

Alături de echipa Kaufland România, am inovat an de an în medicina mobilă și ne dorim să fie aproape de noi în continuarea dezvoltării serviciilor medicale mobile. Ne-au demonstrat că au încredere în viziunea noastră și sperăm să îi convingem ca împreună să construim singura rețea de cabinete stomatologice școlare din România, un proiect de pionerat și de bună practică și pentru alți vecini europeni.

ALINA ȚIPLEA
Președinte

Asociația Autism Voice

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1*

Primul Pas în Terapie

*Proiectele dezvoltate de Asociația Autism Voice, cu sprijinul Kaufland Romania, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

Primul Pas în Terapie



În 2021, peste 40.000 de copii se află în evidența medicului de familie ca având tulburări mintale, de comportament sau autism, rata de incidență în țară fiind de 1 din 54. Autismul este mai des întâlnit ca boală în rândul copiilor sub 10 ani decât cancerul sau diabetul. Cu toate acestea, mai puțin de 20% dintre aceștia primesc tratamentul de care au nevoie pentru recuperare și incluziune socială din cauza faptului că serviciile medicale necesare nu sunt incluse în sistemul de sănătate publică, iar cei care oferă suport sunt organizații non-guvernamentale din domeniu sau cabinete private.

Proiectul „Primul Pas în Terapie” are ca țintă îmbunătățirea calității vieții și incluziunii sociale a 41 de copii suspectați de autism din zone defavorizate prin confirmarea/infirmarya diagnosticului de autism prin evaluări de specialitate și consiliere de specialitate pentru familia acestora, oferindu-le posibilitatea de a implementa imediat un plan de intervenție la domiciliu, astfel încât copiii să aibă acces imediat la îngrijirea de care au nevoie.



Asociația Pentru Înființarea și Sprijinirea Școlii Germane din București

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Bucătăria pedagogică

Bucătăria pedagogică



Școala Germană București a fost înființată în anul 2007 pentru câțiva elevi și a crescut constant peste ani, ajungând în prezent la un număr de 255 elevi.

Noul campus găzduiește în primă fază 500 de copii. Cantina spațioasă și luminoasă, cu bucătărie la standarde europene oferă copiilor un loc de luat masa aerisit în care să își petreacă pauzele și să câștige energia pentru a învăța în continuare. Cantina are de asemenea o bucătărie pedagogică unde copiii învață despre importanța gătitului sănătos, cu produse naturale și sunt familiarizați cu noțiuni nutriționale importante pentru viitorul lor.

Copiii beneficiază de cursuri de gătit, de nutriție și de spații generoase unde își pot petrece pauzele de masă.

Scopul proiectului constă în a le da copiilor o bază în ceea ce privește nutriția și alimentele, care să le servească în viitorul lor ca adulți. A ști să identifice ingredientele în alimente, a ști să gătești cu produse naturale, a fi conștient de importanța valorilor nutriționale și a

felului în care te hrănești, pe scurt a înțelege importanța nutriției, sunt cunoștințe durabile pe tot parcursul vieții. Mai mult, a învăța aceste lucruri într-un mediu plăcut și adaptat tematicii este la fel de important.



NR. PROIECTE

1

Spital modular Bicaz

Spital modular Bicaz



Asociația Volunteer For Life în parteneriat cu Primaria Bicaz a demarat construirea unei unități medicale modulare de recuperare post COVID. Acest minispital modular va face parte din complexul de clădiri al Spitalului din Bicaz.

Proiectul era planificat să se facă la Spitalul Județean Piatra-Neamț, dar, după ce a luat foc secția de terapie intensivă, a fost construit un spital modular mult mai complex de tip ATI și proiectul pentru recuperare post COVID nu a mai fost fezabil.

Această construcție modulară va deservi compartimentul de reabilitare, medicină fizică și balneofiziologie din cadrul spitalului, deserving pacienții care au nevoie de astfel de servicii medicale de recuperare atât în spitalizare continuă, cât și în regim de spitalizare de zi sau ambulatoriu.

Obiectivul pe termen mediu și lung al proiectului este contribuția cu succes la recuperarea medicală a pacienților cu diferite afecțiuni musculo-scheletale și neurologice, dar și a celor care au trecut prin boala COVID

(care au fost infectați cu SARS CoV2), prin utilizarea de aparatură și echipamente medicale cu o tehnologie modernă, de către un personal specializat în acest domeniu, într-un spațiu ambiental deosebit.



NR. PROIECTE

1

Reabilitare saloane
pacienți Spitalul Elias

Reabilitare saloane pacienți Spitalul Elias



Spitalul Elias a demarat un proiect pilot, prin care fiecare secție să fie modernizată sau dotată cu aparatura necesară. Proiectul Pilot a demonstrat capacitatea societății civile și a pacienților de a se implica în demararea, derularea și finalizarea unei astfel de activități, renovarea Blocului Operator ORL devenind astfel o realitate.

Următorul pas este reabilitarea saloanelor de internare, astfel încât acestea să devină spații sigure de diagnostic și tratament, perioada petrecută în internare fiind esențială recuperării fizice, dar și mentale a fiecărui pacient în parte.

Numărul pacienților internați, diagnosticați și tratați va crește semnificativ, fiind posibilă internarea pacienților la numărul maxim al paturilor, cu toate instalațiile funcționale. Pacientul diagnosticat și tratat devine un fost pacient, calitatea vieții acestuia modificându-se în mod substanțial, fiind redat societății și familiei, satisfacția îndeplinirii vocației de medic fiind astfel garantată.



NR. PROIECTE

1

Caravana Vaccinării #oamenicamine

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul

Caravana Vaccinării #oamenicamine



Campania națională #oamenicamine este inițiată de mediul de business din România și este dedicată educației despre sănătatea publică, în context pandemic. Aceasta a fost lansată în completarea tuturor eforturilor depuse de către autoritățile naționale și locale pentru a încuraja populația să se vaccineze împotriva COVID-19.

Într-un momemnt în care viața tuturor împreună și a fiecăruia separat este întoarsă pe dos, ne uităm în noi să îl vedem pe celălalt. Pentru că celălalt pare diferit, dar e la fel. Pentru că toți ceilalți sunt #oamenicamine.

Campania are la bază un studiu sociologic, realizat de INSCOP Research în perioada 17-25 octombrie 2021, pentru analiza percepției populației nevaccinate împotriva COVID-19. Studiul a relevat că:

- *** 68% nu cred că numărul persoanelor decedate este real
- *** 80% nu au informații suficiente despre ce conține vaccinul
- *** 79,1% cred că virusul este o răceală
- *** 74,1 cred că Dumnezeu îi scapă de virus
- *** 80% cred că nu au nevoie de vaccin, sistemul lor imunitar este puternic
- *** 80% se tem de efectele secundare pe termen lung ale vaccinului
- *** 50% s-ar vaccina dacă le-ar spune medicul de familie
- *** 60% nu au încredere că statul român îi protejează de virus
- *** 40% cred că virusul nu există, este doar propagandă
- *** 50% se informează de la televiziune, iar 25% din social media

Din studiu reiese că oamenii sunt influențați în proporție mare de trendul din societate (dacă se vaccinează 50%, mă vaccinez și eu) și vor să vadă mai multă informație de la medici și de la oameni care au trecut deja prin boală.

Campania a fost lansată cu scopul de a încerca să se reconstruiască speranța națională. Printre componentele campaniei se numără:

- *** Documentare în spitale, secții ATI și cabinete medicale comunale pentru a arăta realitatea din linia întâi de luptă împotriva virusului
- *** O serie de video-uri educative de combatere a miturilor, preluate de televiziuni, social media, influenceri, rețele private TV ale unor lanțuri comerciale, asociații profesionale din domeniul medical
- *** Evenimente online în parteneriat cu Trinitas și UBB (dezbateri cu reprezentanți ai bisericii și ai specialităților științifice de sănătate publică și vaccinologie)
- *** Concert „Artiști pentru viață”, în memoria celor 57.000 de vieți care au pierdut lupta cu virusul
- *** Caravane informaționale naționale despre sănătatea publică ce au ajuns în Craiova, Frăți, Slatina, Pitești, județele Tulcea, Ialomița, Galați, Neamț, atât în mediul urban cât și cel rural. Principalul rol al caravanei a fost acela de a informa populația, în special în localități în care rata de vaccinare era scăzută.

Au fost organizate sesiuni informative, cu caracter educativ, despre importanța, necesitatea și beneficiile vaccinării împotriva virusului COVID-19. Persoanele interesate, care aveau nelămuriri sau întrebări despre vaccinare și doreau să se informeze, au fost invitate să participe la prelegerile și sesiunile de întrebări și răspunsuri susținute de medici, specialiști, reprezentanți ai autorităților locale.

În urma acestor acțiuni, aproximativ **750 de persoane** s-au vaccinat în centrele de vaccinare special deschise de către DSP-urile județene, lângă caravană.

Au fost înregistrate rezultate și postcampanie: în localitățile în care s-a făcut informarea, a crescut numărul persoanelor vaccinate cu 1,2%.



Asociația Sus Inima

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Cazare pentru pacienți oncologici

Cazare pentru pacienți oncologici



Asociația Sus Inima a înființat Casa Sus Inima Sibiu în 2019 (o capacitate de cazare de 11 paturi), respectiv Casa Sus Inima București în 2020 (o capacitate de 14 paturi). Cazarea este oferită în regim gratuit și se adresează în principal indivizilor și familiilor cu venituri reduse în dorința de a îmbunătăți calitatea vieții pentru persoane din grupuri vulnerabile și îmbunătățirea accesului la servicii de îngrijire pentru acest grup. Persoanele cazare în cele două locații beneficiază de cazare și masă gratuită, cât și acces la grupuri de suport, activități ocupaționale și recreative în vederea îmbunătățirii calității vieții și sprijinirii demersului terapeutic medical.

Proiecte asociației Sus Inima sunt inițiative care înseamnă diferența dintre viață sau moarte pentru mulți pacienți, care, altfel, nu și-ar permite să continue tratamentul care le-a fost recomandat.



Asociația Club Sportiv Sibiu Sport Project

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are ca obiective promovarea unui stil de viață sănătos, promovarea Sibiului ca destinație turistică eco-friendly, atragerea copiilor și a tinerilor spre ciclism, promovarea ciclismului prin concursurile pentru copii și amatori.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

984.000 lei

DIN CARE

2,5%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Turul ciclist al Sibiului

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Turul ciclist al Sibiului



Ajuns la ediția cu numărul 12 în 2022, Turul Ciclist al Sibiului s-a desfășurat între 2 și 5 iulie 2022, în formula trei etape și două semi-etape, pe un traseu care propune două sosiri la altitudine, două etape pentru sprinteri și un contratimp individual.

Trei echipe de world tour, între care și Jumbo Visma – numărul trei în clasamentul Uniunii Cicliste Internaționale (UCI) – au participat la Turul Ciclist al Sibiului 2022. În acest fel, Turul Sibiului și-a consolidat poziția de cea mai importantă competiție autohtonă de profil și se impune pe lista celor mai relevante la nivel european.

Etapa 1 Kaufland Romania a Turului Ciclist al Sibiului 2022 a avut loc pe 3 iulie, pe traseul Brezoi - Obârșia Lotrului - Jina - Poiana Sibiului - Cristian - Poplaca - Sibiu, traseu cu o lungime de 206,9 km, la care au participat peste 150 de concurenți.

Etapa 1 a Turului, ca de altfel întreaga competiție, a fost transmisă integral live pe Digisport și free pe livestreaming în toată lumea, cu audiențe de peste 600.000 de

telespectatori în cele 4 zile de concurs. De asemenea, aproximativ 100.000 de spectori s-au aflat la start, sosire și pe traseul etapelor.

Pentru a-și îndeplini mai bine misiunea de promovare a zonei și obiceiurilor și tradițiilor locale, Turul Sibiului a încheiat un parteneriat strategic cu Complexul Național Muzeal Astra. Mulțumită acestui parteneriat, în 2021, cicliștii au participat la un eveniment informal organizat chiar la Muzeu, iar liderul din clasamentul general, purtător al tricoului galben, a primit pe podium mascota Turului – oița Miorița, simbol al unei ocupații tradiționale specifice Mărginimii Sibiului, realizată manual, din lână, de unul dintre artizanii populari cu care lucrează Astra.

Un alt obiectiv al Turului Ciclist al Sibiului este promovarea ciclismului de masă, pentru un stil de viață sănătos. În acest scop, la fiecare ediție, organizatorii au grijă să propună și evenimente conexe adresate amatorilor: Cursa Sponsorilor, T-Challenge (pe Transfăgărășan), Green Day Kids, King of the Mountain (pe Păltiniș) și Biciclete Cochete.



Asociația Copiii Universului Magic

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Făgăraș Rocks!

Făgăraș Rocks!



Evenimentul de alergare montană Făgăraș Rocks!, ajuns la a treia ediție, are ca obiectiv promovarea zonei Munților Făgăraș.

Principalele probleme pe care asociația își propune să le remedieze sunt:

- ... lipsa unui pol de sporturi montane din cei mai cunoscuți și ofertanți munți ai României
- ... turismul din Țara Făgărașului are nevoie de o identitate, de o nișare
- ... comunitatea făgărașeană are o mentalitate provincială, cu credința ca în țara noastră nu se pot organiza proiecte de top

Evenimentul își propune să atragă atât participare internațională, cât și elita alergării montane din România prin traseele spectaculoase, prin organizarea unui festival al alergătorilor montani unde comunitatea se consolidează mult dincolo de curse.

O organizare eficientă oferă plus-valoare alergătorilor (traseele alese, oferta de activități conexe și calitatea organizării) și duce la revenirea acestora pentru antrenamente și concedii într-o zonă nepromovată a Munților Făgăraș, la transformarea zonei într-un pol de turism de sporturi și aventură, ceea ce ajută comunitatea locală să își ridice nivelul veniturilor.

În subsidiar, făgărașenii au ocazia să vadă direct, prin cei 190 de voluntari implicați și prin alergătorii înscriși, că oricare dintre ei poate realiza obiective de top în domeniul lui, ceea ce oferă inspirație, încredere și transformă mentalități.

În 2021, evenimentul a însemnat:

- ... 5 curse de alergare montană (72 km, 49 km, 36 km, 20 km și 12 km)
- ... workshop de recuperare cu tehnici yoga
- ... seminar despre urși
- ... seminar despre beneficiile donării de sânge
- ... 2 concerte
- ... proiecții de filme
- ... expoziție cu artă creată de alergători montani
- ... expoziție cu fotografii din rezistența anticomunistă făgărașeană
- ... cursă de orientare turistică
- ... sesiuni de recuperare cu partenerii de la Institutul Național de Osteopatie
- ... 3 x camping
- ... cel mai bun catering de la evenimentele de alergare din România
- ... 600 alergători alinați la start
- ... 190 voluntari care au contribuit pe toată durata evenimentului

Asociația de Tineret, Culturală, Artistică, Tehnico-Științifică și Turistică „Plaiurile Dornelor”

partener
comunitar
nou

NR. PROIECTE

1

Bucuriile Zăpezii

Bucuriile Zăpezii



Concursul național de schi alpin Bucuriile Zăpezii își propune să formeze în rândul copiilor, încă de la cele mai fragede vârste, deprinderile de a practica permanent activități sportive în general și schi alpin în special. Conștientizarea părinților și a întregii comunități asupra importanței educației nonformale prin intermediul sportului pentru dezvoltarea sănătoasă a copiilor și atingerea obiectivelor cheie în educație stabilite la nivel european.



Obiective

- ... Influențarea pozitivă a dezvoltării fizice și optimizarea parametrilor funcționali ai organismului prin practicarea exercițiului fizic în aer liber;
- ... Practicarea independentă a exercițiului fizic, a sporturilor de iarnă (schi alpin);
- ... Cunoașterea, înțelegerea și aplicarea în regim de concurs a principiilor care stau la baza activității de orientare sportivă, în special a orientării pe schiuri;
- ... Formarea unei atitudini deschise spre prietenie, toleranță, respect reciproc;
- ... Influențarea pozitivă a trăsăturilor comportamentale, moral – volitive;
- ... Formarea unei atitudini de respect și protecție activă față de mediul înconjurător.

Asociația Sportivă Rugby Club Antonio Jr.

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este de a transforma sportul într-un model de bune practici în materie de educație non-formală.

NR. PROIECTE

1

lubește rugby-ul,
sportul luptător!

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

lubește rugby-ul, sportul luptător!



Misiunea asociației este aceea de a se asigura că toți copiii care provin din medii defavorizate și nu numai, membrii ai clubului, primesc sprijinul de care au nevoie pentru a-și atinge potențialul maxim. Ne desfășurăm activitatea sperând la ziua în care viitorul niciunui copil nu va fi limitat de mediul din care provine ori dizabilitatea avută, iar părinții, comunitatea și autoritățile vor conlucra pentru a sprijini împreună acest ideal.

Obiectivele asociației sunt:

- ... Stimularea participării la activitățile educaționale pentru preșcolari și elevi din învățământul primar, gimnazial și secundar prin furnizarea unui program integrat care cuprinde: suport educațional, suport material și activități creative, recreative și de socializare.
- ... Participarea la sportul de masă care este în primul rând o activitate de recreere fizică, aduce de asemenea valoare adăugată suplimentară în ceea

ce privește o societate mai sănătoasă. Aceasta poate dezvolta atitudini și valori sociale pozitive, precum și abilitățile și competențele persoanelor, inclusiv competențe transversale, cum ar fi capacitatea de a gândi critic, de a lua inițiative, de a rezolva probleme și de a lucra în colaborare.

- ... Dezvoltarea aptitudinilor bio-psiho-motrice și formarea capacității elevilor de a acționa asupra acestora, în vederea menținerii permanente a stării optime de sănătate, asigurării unei dezvoltări fizice armonioase și manifestării unei capacități motrice favorabile inserției profesionale și sociale.

În 2021, cu sprijinul Kaufland România, clubul sportiv și-a putut desfășura activitatea și a participat la multiple competiții naționale organizate sub egida Federației Române de Rugby în București, Gura Humorului, Iași, Timișoara, Cluj-Napoca, Baia Mare și Galați.

Am rămas foarte plăcut surprinși de modul în care abordați lucrurile și pot spune că a fost una din cele mai bune colaborări. Cooperarea cu dumneavoastră ne-a ajutat să ne continuăm povestea. Mulțumim, Kaufland România!

ANTONIO DUMITRU
Antrenor Rugby Cluj Antonio Jr.



Asociația Envision ...202

Asociația Culturală de tradiție
Gabriela Ionescu și Slavomir
Popovici ...204

Asociația Forumul Artelor
Vizuale ...208

Asociația Cinemobilul ...212

Fundația Regală de tradiție
Margareta a României ...214

Asociația pentru Festivalul nou
de Film Transilvania ...216

Asociația One World de tradiție
Romania ...219

Asociația Jamais-Vu ...222

Asociația Star Education ...224

Asociația Fălticeni Cultural ...225

Asociația
Industrii
Creative ...227

Asociația Stage
Photo ...229

Asociația pentru Muzică,
de tradiție Artă și Cultură ...232

Fundația M&V Schmidt ...236

Asociația Modelism Tomis ...238

Liga Maiștrilor Militari de Marină
...240

Fundația Filderman de tradiție
pentru Educație, Cultură, Artă,
Formare profesională, servicii sociale
și medicale, timp liber și media ...241



16

asociații partenere

18

proiecte

149.655

beneficiari

cultură



NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

569.000 lei

DIN CARE

8,70%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Săptămâna Generozității

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul

Săptămâna Generozității

Asociația Envision este o organizație neguvernamentală înființată în 2012, care creează punți de legătură între dorința oamenilor de a ajuta și posibilitatea de a o face. Prin dezvoltarea unor instrumente precum Galantom.ro și prin promovarea mișcării GivingTuesday în România, Envision își propune să contribuie la creșterea gradului de implicare socială și să inspire românii să fie generoși.

Săptămâna Generozității, organizată în perioada 30 noiembrie - 7 decembrie 2021, este parte din mișcarea globală GivingTuesday.

În cadrul evenimentului, a fost lansat proiectul Portret de Galantom prin care au fost prezentate și promovate online poveștile a 20 de oameni de bine care au strâns fonduri pe Galantom, implicându-se de-a lungul timpului cu toată inima în susținerea unor cauze de pe platformă. O imagine face cât o mie de cuvinte, însă cele 20 de portrete sunt însoțite și de poveștile inspiraționale ale celor care și-au rupt din timpul lor pentru a-și convinge comunitățile să susțină cauzele în care cred, prin platforma Galantom. Dana Rogoz, Mirela Retegan și Vlad Pop, un elev și un polițist din sistemul penitenciar, oameni de comunicare, pensionari, voluntari sau sportivi de anduranță au fost primii care s-au lăsat surprinși în fața fotografiei Cristian Șuțu și au împărtășit poveștile din spatele inițiativelor lor.

În plus, românii au fost invitați să facă o faptă bună în schimbul unui Portret de Galantom, realizat de fotografii Cristian Șuțu, între 30 noiembrie și 3 decembrie. CUM? Aceștia au fost îndemnați să se alăture mișcării GivingTuesday și să spună ce faptă bună au făcut de-a lungul anului sau urmează să facă până la finalul lui 2021 în schimbul unei fotografii care să le reamintească să fie mereu generoși.

GivingTuesday România face parte dintr-o mișcare internațională care dorește să instituie la nivel global o zi a generozității și a implicării sociale. GivingTuesday pune în valoare generozitatea oamenilor și puterea de comunicare a rețelelor sociale, aducând împreună ONG-uri, instituții publice, companii și oameni de bine pentru a se implica în comunitate. Din 2017 mișcarea este prezentă și în România, instituind o săptămână dedicată generozității, care începe cu ziua internațională GivingTuesday.

În plus, asociația a lansat în România GivingTuesday Spark, ramură ramura mișcării GivingTuesday dedicată copiilor și tinerilor. Inițiativa a fost posibilă cu ajutorul celor de la Transylvania College și Școala Încrederii, sub denumirea de Sparks of Generosity.

România a devenit astfel una din cele 18 țări din lume în care este prezent GT Sparks.

În total, 30 de școli și grădinițe de stat din cadrul proiectului Școala Încrederii s-au alăturat mișcării. Aceștia li s-a alăturat Transylvania College care a desfășurat 5 proiecte cu ocazia Săptămânii Generozității:

- ... Generosity 7 Days Challenge
- ... Generosity Box
- ... Random acts of kindness house competition
- ... Christmas Bazaar
- ... TășuleasaChristmas Truck

Peste 60 de copii s-au înscris la „provocarea celor 7 zile de generozitate”.

Asociația Culturală Gabriela Ionescu și Slavomir Popovici

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația își propune promovarea culturii și a artei, în special cele realizate de două grupuri țintă: adolescenți/ tineri și persoane din grupuri minoritare (în special persoane LGBTQ).

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

300.000 lei

DIN CARE

17%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Festivalul Super

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Festivalul Super

A 9-a ediție a Festivalului de artă făcută de adolescenți Super a avut loc în perioada 30 august – 5 septembrie 2021, la Roaba de Cultură din Parcul Herăstrău, în București.

În perioada dinaintea festivalului sunt organizate workshopuri de creative writing, de poezie, de film și-n săptămâna de festival se văd operele proiectate, recitate, reprezentate.

Printre activități organizate pre-festival se numără:

1. Super Ambasadori - Cei 47 de ambasadori au coordonat realizarea câte unei lucrări de artă în 22 de orașe din România și Republica Moldova.

2. Zero la purtare - Cei 6 participanți s-au întâlnit cu invitații Ileana Gabriela Szasz, Flavia Dima, Călin Boto, Andrei Tănăsescuși cu trainerii Paul Dogioiu, Cristina Haneș și Dragoș Apetri. În total s-au înscris peste 60 de adolescenți.

Rezultate:

- *** Formarea echipei de selecție a filmelor din cadrul festivalului;
- *** Formarea juriului liceenilor din cadrul festivalului One World Romania;
- *** Selecția, programarea și moderarea Q&A-urilor proiecțiilor de film.

3. Atelier de jurnalism - Cei 15 participanți s-au întâlnit în perioada 6-9 mai 2021, sub îndrumarea trainerilor Nina Mihăilă, Radu Igazsag, Iaromira Popovici și Eugen Istodor. În total s-au înscris peste 100 de adolescenți.

Rezultate:

- *** Articole publicate în revista „Cotloane”;
- *** Lansarea revistei cu un public de 100 de persoane;
- *** Difuzare live pe Facebook a lecturii cu un public de 230 de persoane.



Cele șapte zile de festival au inclus:

- *** 1. Atelier de poezie, unde cei 12 participanți s-au întâlnit cu poeții Anastasia Gavrilovici, Radu Nițescu, Deniz Otay, Mircea Andrei Florea și Iulia Militaru. A fost lansată Antologia de poezie „Dimineți în care plec peascuns”, editura OMG Publishing în fața unui public de peste 100 de persoane.
- *** 2. Atelier de film, în cadrul căruia cei 12 participanți s-au întâlnit cu cineștii Carmen Tofeni, Călin Boto, Dragoș Apetri



și Sarra Tsorakidis. În total s-au înscris peste 60 de adolescenți. 5 scurtmetraje au fost proiectate unui public de aproximativ 125 de persoane.

- *** 3. Proiecții de film - În total, au fost înscrise aproximativ 470 de scurtmetraje românești și internaționale, din care cei 6 selecționeri adolescenți au ales 73. Proiecțiile s-au ținut la Roaba de Cultură. 6 proiecții de film au adunat, în total, aproximativ 1.100 de spectatori.
- *** 4. Concert - Au cântat șase trupe formate din adolescenți: Mara Trefaș, Costa, Flashback, Flying Otters, Ruxandra Istrate și Bad Trip, care au fost selectate din aproximativ 15 înscrieri.
- *** 5. Spectacol de teatru - Trupa de teatru adolescent „Centrul Educațional de Arte Performative CEVA” a interpretat spectacolul „HEi, tu, vecine”, înaintea unei proiecții de film la Roaba de Cultură.
- *** 6. Film + Poezie = ? - Proiecție de videopoeme și lectură de poezie. Din cele aproximativ 70 de videopoeme înscrise, selecționerii Teona Galgoțiu și Andrei Dăsa au ales 12 filme, care au fost proiectate la Roaba de Cultură.
- *** 7. Expoziție de artă vizuală, cu tema „Alteration”, curatoriată de Luca Florian. 28 de artiști adolescenți au expus picturi, fotografii, instalații, sculpturi și colaje, la Krănuț. S-au înscris aproximativ 100 de adolescenți cu 143 de lucrări. Vernisajul expoziției a avut un public de peste 300 de persoane, iar în cadrul expoziției au avut loc concertele artiștilor IIOANA și INANA.
- *** 8. Concursul „Super Pitch” (pentru o finanțare de 300 de euro) a fost împărțit în trei etape: înscrierea online a ideilor de film, sesiuni de pregătire cu trainerii, pitchingul propriu-zis. Sesiunile

de pitching s-au desfășurat online. 17 idei de scurtmetraj au fost înscrise, din care au fost selectate 7 idei finaliste. Scurtmetrajul care a câștigat finanțarea va fi proiectat la ediția a 10-a a festivalului.

- *** 9. Ateliere de teatru, dans și relații sănătoase - Pe lângă toate celelalte ateliere, în timpul festivalului, au fost organizate două în parteneriat cu Ideo Ideis: Atelierul de teatru cu Ana Covalciuc și Atelierul de dans cu Ștefan Lupu, iar în parteneriat cu Asociația CARE, a fost organizat un atelier de relații sănătoase, pentru o iubire mai etică, cu Catherine Rhea.
- *** 10. Gala de premiere - Filmele din festival au fost împărțite în trei secțiuni: competiția națională, internațională și secțiunea non-competițională. Juriul a fost format din Andra Tarara, Călin Boto, Sarra Tsorakidis. 12 cinești adolescenți au câștigat premii în bani, cărți, aparatură de fotografiat etc.



În total, peste 800 de artiști adolescenți au învățat despre artă și au fost încurajați să creeze artă, 1.000 de liceenii au participat în public la festival, iar 80 deliceeni voluntari și ambasadori vor avea primul lor contact cu managementul cultural.



Kaufland a sprijinit pentru al doilea an consecutiv festivalul Super, de artă făcută de adolescenți. Ne-am bucurat să putem găsi în Kaufland un partener de lungă durată, care să susțină educația artistică a tinerilor și îmbunătățirea accesului lor la cultură.

LUCA ISTODOR
Co-organizator Super

Asociația Forumul Artelor Vizuale

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Forumul Artelor Vizuale are drept scop principal îmbunătățirea calității vieții culturale, științifice, artistice și educaționale a publicului prin organizarea defestivaluri locale, naționale și internaționale cu scop științific, cultural, artistic și educațional, prin identificarea și protejarea patrimoniului cultural național material și imaterial, prin implementarea de proiecte în vederea valorificării potențialului artistic, turistic și cultural al țării.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

147.000 lei

DIN CARE

33%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Eforie Colorat –
Grădina Cinemascop

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul

Eforie Colorat – Grădina Cinemascop



Dezvoltarea infrastructurii culturale reprezintă un catalizator al dezvoltării urbane și în lipsa unor evenimente culturale coerente, consumul cultural din afara marilor centre urbane din România va rămâne în declin. Arta contemporană se regăsește cu precădere în galerii și în alte spații expoziționale, limitând interacțiunea publicului larg cu acest tip de artă.

Prin proiectul „Eforie Colorat - Grădina Cinemascop” este încurajată producția artistică contemporană, ecologia și educația în locații cu acces limitat la cultură, accentuând totodată importanța cinematografelor în aer liber și reconversia acestora în spații alternative.

Eforie Colorat reprezintă cel mai complex proiect al Asociației Forumul Artelor Vizuale până în prezent. Grădina de Vară Cinemascop vorbește despre importanța nevoii de

conștientizare a patrimoniului cultural național și a spațiilor culturale abandonate din România. Grădina de Vară Cinemascop din Eforie Sud este o ruină remarcabilă, capabilă de a reactiva comunitatea din punct de vedere social, cultural și educațional.

Deschisă începând cu 14 iunie 2021 pentru entuziaști de toate vârstele, Grădina de Vară Cinemascop a adus culoare, la propriu și la figurat, în cea mai veche stațiune de la mare. Pe parcursul a trei luni de vară, vizitatorii au avut ocazia să vadă filme de lung și scurt metraj, expoziții, concerte sau spectacole de teatru. Participarea la evenimente a fost gratuită, deoarece proiectul are scop oferirea accesului la cultură într-o locație mai puțin obișnuită, încă cu o nevoie vizibilă de alternative de petrecere a timpului liber, atât pentru turiști, cât și pentru localnici.



Intervenție culturală prin ecologizare și artă

Luna august a însemnat pentru Eforie Sud un prilej de relevare a unei noi fețe, un loc activ din punct de vedere artistic și cultural, cu o comunitate implicată și un spirit civic dinamic. Toate acestea încheiate prin proiectul Eforie Colorat - Intervenție culturală.

Principalul scop al acestuia a fost, pe lângă tragerea unui semnal de alarmă asupra situației îngrijorătoare în care se află stațiunile de la malul mării pe perioada sezonului estival, acela de a doborî bariera dintre artist și mulțime sau dintre spațiile de expunere convenționale și spațiul public și de a demonstra că arta este, până la urmă, un limbaj comun și, mai mult decât atât, cel prin care se poate constitui schimbarea.

Totul a început cu o acțiune de ecologizare de tip performance, în cadrul căreia au fost invitați turiștii și comunitatea locală, alături de artiștii participanți în carul proiectului. Întreg procesul, gândit și coordonat de Emil Cristian Ghiță, a avut ca piesă principală o instalație realizată de artist, sub forma unui vierme

din plasă metalică, pe care participanții l-au purtat cu ei traversând stațiunea și în care au adunat deșeurile de pe plaja și faleza din Eforie Sud. Iar cum „nimic nu se aruncă, totul se transformă”, aceste reziduuri au căpătat și ele o nouă formă. O parte dintre ele a fost folosită pentru realizarea a două sculpturi: cea a artistului Ovidiu Toader - „Future Fish” care atrage atenția asupra modului în care omul sufocă și, încet dar sigur, începe să își lase amprenta în mod definitiv asupra naturii și cea a lui Radu Panait - „God of Trash”, care ironizează noile practici consumeriste și superficialul idolatrizat. Acestea au fost menținute în incinta grădinii de vară Cinemascope până pe 12 septembrie, urmând să rămână în spațiu până la sfârșitul anului 2022 când vor fi mutate în spațiul public, în orașul Eforie Sud.

Restul deșeurilor au fost utilizate ca materie primă pentru un atelier de obiecte decorative, coordonat de artiștii Emil Ghiță, Ovidiu Toader și David Tăicuțu. Participanții au creat diverse lucrări, care au fost expuse, timp de 30 de zile, la Grădina Cinemascope. Dintre

acestea, cinci au fost premiate, iar selecția a fost realizată de curatoarea proiectului, Raluca Oancea (Nestor).

Mai mult, în tot acest timp, pereții Grădinii Cinemascope au prins culoare datorită picturilor realizate de muralistă ATOMA (Andreea Toma) și ilustratoarea cehă Barbora Idesová. Ele au tratat aceeași tematică ecologică, cu un discurs orientat către impactul tot mai puternic al omului asupra naturii.

În total, Grădina de Vară Cinemascope a fost gazdă a numeroase evenimente și activități

- ... 190 de zile de evenimente
- ... 132 ore de proiectie
- ... 82 filme de lungmetraj
- ... 40 filme de scurtmetraj
- ... 16 ateliere creative
- ... 8 expoziții de fotografie
- ... 6 concerte live
- ... 5 expoziții de artă contemporană
- ... 4 spectacole de teatru
- ... 2 picturi murale
- ... 2 sculpturi din materiale reciclate
- ... 2 spoturi video
- ... 1 performance ecologic
- ... 1 bibliotecă cu peste 300 de titluri



Kaufland a fost alături de Eforie Colorat încă de la început, într-o perioadă în care zona artistică și culturală a fost grav afectată de pandemie. Prin sprijinul și susținerea activităților desfășurate în zonele cu acces limitat la cultură precum Eforie Sud, împreună am pus bazele dezvoltării infrastructurii cultural-artistice de regenerare comunitară și am contribuit activ la promovarea artei contemporane în spații alternative din afara zonelor marilor orașe.



EMIL CRISTIAN GHIȚĂ
Co-fondator

Asociația Cinemobilul

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea asociației este aceea de a duce filmul în aer liber în toate orașele din România, cu scopul de a bucura și a transmite mesajele filmelor în randul câtor mai multe persoane.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

319.000 lei

DIN CARE

75%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Caravana Cinemobilul

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați

Caravana Cinemobilul



Cinemobilul, cea mai accesibilă caravană de film din România, a străbătut întreaga țară în 2021, oferind experiența unui cinematograful în aer liber locuitorilor din regiuni diferite ale țării, care nu au în mod obișnuit posibilitatea vizionării de filme în aer liber.

Potrivit datelor Consiliului Național al Cinematografiei și a Barometrului de Consum Cultural (realizat de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală în 2019) în România există 92 de cinematografe, respectiv 1 cinematograful pentru aproximativ 200.000 de persoane, iar numărul doritorilor de film a crescut în perioada 2012-2019 (de la aproximativ 7,8 mil. la peste 13 mil.).

Asociația organizează proiecții de film – animații, documentare, filme de comedie – în locații neconvenționale.

Totodată, vizează și facilitarea accesului la experiențe cinematografice memorabile unor segmente de public dezavantajate din punct de vedere social, economic și cultural cu scopul incluziunii sociale și al transmiterii unui mesaj pozitiv, de toleranță reciprocă și sprijin colectiv.

În 2021, în cadrul caravanei au fost organizate 50 de proiecții de film în aer liber în parcurile magazinelor Kaufland din toată România și 20 de proiecții în căminele culturale sau săli de clase din sate și comune. Pentru proiecție a fost aleasă animația „Viața secretă a animalelor 2”, dublată în limba română.



În încercarea noastră de a face lumea mai bună prin film, Kaufland România este partenerul care ne-a dat imboldul și sprijinul de a extinde caravana de film în toată România. Astfel, a ajuns să fie cea mai extinsă caravană de film din România.

TUDOR BACIU

Președinte

”

Fundația Regală Margareta a României

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Fundația Regală Margareta a României este o organizație care sprijină copii, tineri și vârstnici prin intervenții durabile, bazate pe schimbul de experiență și valori între generații. Viziunea fundației este aceea că România își atinge adevăratul potențial și toți cetățenii ei se respectă reciproc și pe ei înșiși.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

6,5 mil. lei

DIN CARE

4,5%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Tinere Talente

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare
Am reorganizat unele activități adaptat
la context

Tinere Talente

Fundația are ca scop să construiască comunități puternice și să contribuie la o Românie mai bună, cu șanse pentru toți, prin abordarea intergenerațională. Aceasta are la bază convingerea că fiecare persoană, indiferent de vârstă, reprezintă o resursă pentru comunitate, iar valorificarea potențialului tuturor membrilor comunității, interacțiunea și dialogul între generații sunt premisele esențiale pentru construirea unei comunități puternice.

Programul național Tinere Talente sprijină financiar, îndrumă și promovează tineri artiști talentați cu venituri mici, pentru a-și atinge adevăratul potențial artistic. Programul este destinat tinerilor cu vârste cuprinse între 14 și 24 de ani și care, chiar dacă sunt talentați și urmează cursurile școlilor de arte sau muzică, nu au șanse reale de afirmare, pentru că provin din familii cu venituri reduse. Ei sunt selectați de un prestigios juriu de specialitate.

În 2021, **30 de bursieri** muzicieni și artiști vizuali au fost susținuți prin burse pentru dezvoltare artistică, cu valoarea de până la 2.000 euro, prin care au achiziționat materiale și instrumente pentru proiecte artistice, accesorii sau reparații pentru instrumente, vestimentație pentru scenă, tablete grafice, laptopuri, aparate foto, accesorii digitale sau software-uri grafice, au participat la cursuri speciale și masterclass-uri de grafică, limbi străine, au participat la concursuri, au beneficiat de promovare și mentorat.

Bursierii la Arte Vizuale au participat la 18 *expoziții individuale și de grup*, 4 expoziții organizate de Fundație. Bursierii la Muzică Clasică au câștigat 7 premii importante la concursuri de muzică naționale și internaționale, au participat la 11 concerte și recitaluri organizate de Fundație (8 cu prezență fizică și 3 live streaming).

Prin susținerea oferită de Kaufland România, am pus bazele programului național Tinere Talente în urmă cu 14 ani. Încrederea și susținerea din partea partenerului nostru ne-au permis să dezvoltăm continuu programul dedicat tinerilor talentați ai României, să fim în tendințe și relevanți, pentru a putea inspira noua generație de artiști să evolueze, să își creeze o carieră. Programul de burse Tinere Talente oferă o șansă artiștilor aflați la început de drum de a se afirma. În prezent, mulți dintre bursierii susținuți au o carieră de succes în domeniul artistic. România are nevoie de artă, iar Fundația noastră, alături de Kaufland România, contribuie în acest fel la viața culturală a societății și la viitorul artistic al României.

IOANA PETREA

Director Comunicare și Fundraising



Asociația pentru Festivalul de Film Transilvania

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Festivalul de Film Transilvania (AFFT) are ca scop susținerea tinerilor cineaști și promovarea cinematografului românesc și europene în rândurile cineaștilor și a publicului spectator.

NR. PROIECTE

1

România Sălbatică

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea
de finanțare

România Sălbatică

Filmul *România Sălbatică* este cel mai complex documentar dedicat naturii din țara noastră și aduce filmări în premieră și povești unice despre biodiversitatea României. Este 100% autentic și a fost dezvoltat în mai bine de 10 ani de o echipă de producție 100% autohtonă.

Felul în care documentarul este realizat din punct de vedere etic, fără imagini de arhivă și exclusiv în România, a deschis în mod constructiv una dintre cele mai relevante conversații în spațiul public despre necesitatea conservării naturii, iar Povestea România Sălbatică își propune să continue acest dialog.

Povestea celui mai amplu, complex și original proiect de film documentar despre România este narată de cunoscutul actor Adrian Titieni, iar coloana sonoră e semnată de compozitorul Alexei Țurcan, fiind îndelung aclamată de publicul care a avut șansa de a vedea pelicula. Piesa centrală a filmului România Sălbatică este completată de vocea Mădălinei Pavăl, o artistă desăvârșită care a urcat pe scena de la TIFF pentru un moment cu adevărat autentic în cadrul Galei de Închidere, ilustrat cu imagini din film.

România sălbatică a avut premiera mondială pe 30 iulie 2021 în cadrul Festivalului Internațional de Film Transilvania (TIFF) unde a fost laureat cu Premiul publicului.





Documentarul realizat de Dan Dinu și Cosmin-Dumitrache a înregistrat cel mai mare număr de spectatori la ediția aniversară a festivalului - la cele patru proiecții incluse în program au participat, în total, peste **3.500 de spectatori**, premiera fiind sold-out cu câteva zile înainte de proiecție. După mai multe festivaluri prin țară, filmul a fost lansat din 17 septembrie în cinematografe. În ciuda restricțiilor generate de pandemie, documentarul a fost văzut de peste **25.000 de spectatori**.



Cred că acest film reușește să facă pentru România ceea ce nu au reușit numeroase campanii de promovare finanțate de Guvern să facă. Acest film, produsul a 10 ani de muncă susținută, și despre care cred cu tărie că va fi evenimentul cinematografic al anului, ne arată că încă mai avem pentru ce lupta, ne îndeamnă la conștientizare și responsabilitate, precum și la o informare corectă despre ceea ce se întâmplă cu natura noastră. Desigur, fără sprijinul partenerilor și al finanțatorilor noștri, toate acestea nu ar fi fost posibile.

TUDOR GIURGIU
Președinte

Asociația One World Romania

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

One World Romania este singurul festival de film documentar dedicat drepturilor omului, cel mai vechi și mai mare festival de film documentar din București, organizat constant din anul 2008, cu ecouri în toată țara.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

836.000 lei

DIN CARE

8,8%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Festivalul internațional
de documentar
și drepturile omului
One World Romania

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete valorice

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de
angajați

Festivalul internațional de documentar și drepturile omului One World Romania



În cadrul celei de-a 14-a ediții ale Festivalului One World Romania, organizat în perioada 11-20 iunie 2021, au fost prezentate 74 de documentare produse în 25 de țări. 70 dintre filme au fost disponibile și pentru vizionare online pe site-ul festivalului, în regim pay-per-view. Filmele au fost împărțite în 13 secțiuni, care au cuprins 83 de proiecții și evenimente speciale. Dezbateri, ateliere, concerte, performance-uri, dialoguri cu invitații au aprofundat tematicile filmelor sau le-au abordat dintr-un alt unghi, reunind peste 90 de invitați în offline și în online.

O serie de 20 de evenimente speciale a completat programul festivalului, printre care ateliere, dezbateri, masterclass-uri, dialoguri cu invitații festivalului, piese de teatru, performance-uri și concerte.

Programul "Adoptă un documentar" a ajuns la a 8-a ediție. 24 de ONG-uri locale și personalități românești au adoptat și promovat 28 de filme din program în funcție de expertiza și domeniul lor de activitate. Deoarece în 2021 sesiunile de Q&A cu

experții post-proiecții nu au mai fost posibile, a fost esențial pentru misiunea proiectului să fie identificate soluții pentru a integra expertiza societății civile în temele propuse publicului prin filme.

Ediția din 2021 a festivalului s-a desfășurat în 6 cinematografe și locații outdoor din București. Proiecțiile de filme și evenimentele conexe au avut loc la Cinema Elvire Popesco și grădina sa, Cinemateca Eforie, Cinema Muzeul Țăranului, Institutul Cultural Maghiar din București, Sala Cinema a UNATC și J'ai Bistrot.

Festivalul a inclus pentru a doua oară consecutiv două jurii: Juriul Liceenilor și Juriul Internațional care au jurizat 9 filme aflate în competiție.

Pentru al optulea an consecutiv a continuat tradiția unui juriu alcătuit din 6 elevi de liceu. A fost continuat parteneriatul dintre One World Romania și Super, festivalul de filme făcute de adolescenți, inițiat cu scopul de a le oferi tinerilor selecția un parcurs mai aprofundat și de durată. Jurizarea din

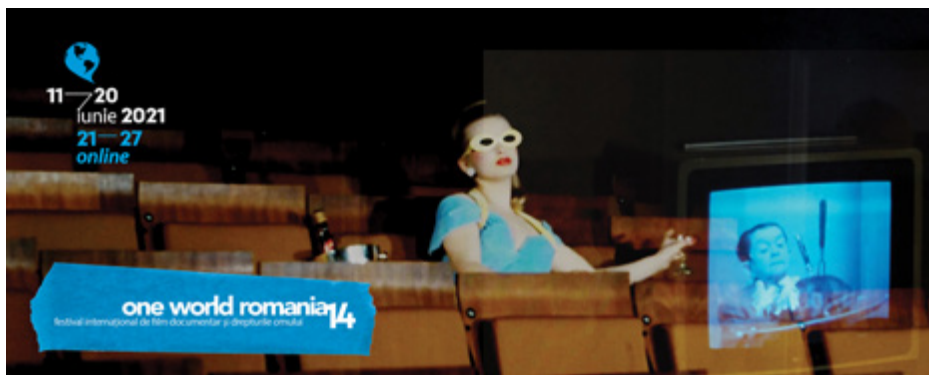
cadrul festivalului One World Romania a reprezentat prima etapă a unei adevărate imersiuni într-un mod diferit de a face și de a vedea filme. Tinerii au fost ajutați să își dezvolte acuitatea în perceperea particularităților artei filmice printr-un atelier de film documentar de patru zile înainte de festivalul propriu-zis. Îndrumați de tutorii Cristina Haneș și Dragoș Apetri, elevii au realizat exerciții practice (fotografii și filmări) prin prisma cărora au descoperit ce presupune reprezentarea realității prin aparatul de filmat. Ulterior, liceenii au fost chemați să alcătuiască selecția și să organizeze din punct de vedere artistic proiecțiile din cadrul festivalului Super 2021.

Pentru al doilea an a fost convocat și un juriu format din specialiști, care să acorde un premiu filmului care împinge cel mai departe și cu cea mai mare pricepere granițele genului documentar. Juriul a fost format din cinci cinești profesioniști ale căror opere se caracterizează printr-un melanj liber și original de genuri, estetici și formate cinematografice: Nicole Fernandez Ferrer (Franța), Rene Wolf (Olanda), Mihaela Michailov (România), Dana Bunesco (România), Patrick Holzapfel (Austria).

Atât Juriul Internațional, cât și Juriul Liceenilor au hotărât să acorde premiul cel



mare filmului documentar „Vision Nocturna” în regia lui Carolina Moscoso Briceno din Chile.



Festivalul One World Romania a crescut exponențial în ultimii cinci ani și asta a fost posibil doar datorită partenerilor noștri, lucru care ne-a permis consolidarea echipei și dezvoltarea ofertei cinematografice/ de acțiuni soci-culturale. Predictibilitatea și continuitatea sunt esențiale pentru ca organizațiile mici să reziste în aceste vremuri marcate de schimbare și derivă.

ALEXANDRU SOLOMON
Președinte

Asociația Jamais-Vu

partener
comunitar
nou

VIZIUNE & MISIUNE

Prin spectacolele pe care le produce, asociația încearcă să se adreseze pe mai multe niveluri de înțelegere unui număr cât mai mare de persoane, indiferent de nivelul de educație sau de mediul din care aceste persoane provin. Asociația promovează un teatru care bucură, relaxează, dar care și educă în aceeași măsură, informează, înovează, încurajează schimbarea.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

196.000 lei

DIN CARE

25%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

California Suite
powered by Kaufland
pentru Hospice
Casa Speranței

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

California Suite

Ce au în comun un bărbat conservator care și-a înșelat soția, o actriță nominalizată la Oscar, profund nefericită în viața personală, și două cupluri aflate la finalul unei vacanțe nereușite? E simplu. Ocupă, pe rând, aceeași cameră 203 a Hotelului Beverly Hills din Los Angeles. O comedie în trei părți care surprinde plăcerile și nefericirile traiului comun, California Suite, primul spectacol de teatru regizat de Andrei Huțuleac și cea mai nouă producție din repertoriul unteatru, a avut premiera pe 27, 28 și 29 noiembrie 2021.

Corina Moise, Nicoleta Hâncu, Andrei Huțuleac, Dan Rădulescu și Sorin Miron sunt protagoniștii poveștii care încearcă să răspundă la întrebarea „Ce ne face să rămânem împreună chiar și atunci când toate circumstanțele exterioare arată că ar trebui să o luăm pe căi separate?”. Textul este o adaptare a piesei scrise de dramaturgul și scenaristului american Neil Simon în 1976, în traducerea lui Tudor Lucanu. Decorul spectacolului este un concept colectiv al artiștilor implicați în producție, Ariana Presan este creatoarea costumele celor cinci personaje, iar Alexandru Medveghi semnează design-ul de lumini.

Spectacolul este un rezultat al colaborării dintre Andrei Huțuleac și Hospice Casa Speranței, începută odată cu filmul



„Copacul dorințelor: Amintiri din Copilărie”. Astfel un număr de cinci locuri de la fiecare reprezentație au mers gratuit către aparținătorii bolnavilor incurabil de la Hospice Casa Speranței, dar și către angajații centrelor de paliativ Hospice, fiind oferite de Kaufland România. Căci cine are nevoie mai mare să rădă dacă nu cei care zi de zi trebuie să rămână puternici în lupta nedreaptă cu diagnosticile incurabile?



Am colaborat excelent cu echipa Kaufland România. Dedicarea, promptitudinea și implicarea fiecărui reprezentant cu care am interacționat sunt un marker cert al profesionalismului pe care oricine își dorește să-l găsească într-un colaborator.

ANDREI HUȚULEACA
Președinte

”

NR. PROIECTE

1

Ecofrecvența

Ecofrecvența



„Ecofrecvența – minutul tău eco din fiecare zi” este cea mai longevivă emisiune pe teme de ecologie din România. Are o frecvență zilnică, la Național Fm. Durata unei emisiuni este de 1 minut și se difuzează de 6 ori pe zi, timp de 335 de zile pe an, cu un total de peste 2.000 de emisiuni pe an. Emisiunea este realizată de Zoli Toth, cel mai titrat artist român în domeniul ecologiei și implicării sociale din România. În prezent, Ecofrecvența este singura emisiune zilnică din România dedicată mediului.

„Ecofrecvența – minutul tău eco din fiecare zi” are o vechime de 10 ani. Temele abordate în cadrul emisiunii sunt protecția mediului, reciclarea, educația ecologică, consumul de produse locale, consumul responsabil de resurse, energii alternative, eficientizarea consumului de energie, turism eco, prezentarea ultimelor tendințe în tehnologie verde etc.

Din anul 2012, emisiunilor zilnice Ecofrecvența s-au alăturat „Interviurile Ecofrecvența” - 8 emisiuni care promovează mișcarea ONG și proiectele de implicare socială din România. Cu sprijinul Kaufland România, aceste emisiuni au ajuns la un număr de 24,40% din emisiunile „Interviurile Ecofrecvența” au fost dedicate

proiectelor din cadrul programelor de finanțare În Stare de Bine și StartONG.

Începând cu anul 2021, „Ecofrecvența goes video” prin:

- ... 52 de clipuri video (Ecofrecvența) cu durata de 30 secunde, destinate social media (Facebook, Instagram și LinkedIn);
- ... 24 de emisiuni „Interviurile Ecofrecvența” filmate în studio virtual la cea mai înaltă calitate video;
- ... Podcast „Ecofrecvența – minutul tău eco din fiecare zi”;
- ... Recenzii pe blogul ZoliToth.ro despre produsele bio din magazinele Kaufland.

Scopul emisiunilor Ecofrecvența este de a educa și de a informa populația în ceea ce privește colectarea selectivă a deșeurilor, consumul produselor locale, tehnologii noi în domeniul eco, mobilitate urbană, energii alternative, consum responsabil de resurse, acțiuni împotriva risipei, folosirea mijloacelor alternative de transport, legislație, arii protejate etc. Problemele de mediu se pot rezolva doar prin educație, iar scopul emisiunii este să informeze cât mai multe persoane pe teme abordate.



VIZIUNE & MISIUNE

Obiectivele asociației sunt dezvoltarea spiritului creator și competitiv al tinerilor; oferirea unor metode alternative de petrecere a timpului liber; descoperirea unor tinere talente în arta teatrală; reînvierea municipiului Fălticeni ca centru cultural reprezentativ al României.

NR. PROIECTE

1

Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret “Grigore Vasiliu Birlic”



FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Nu este cazul

Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret "Grigore Vasiliu Birlic"

În perioada 23 - 29 august 2021 a avut loc, la Fălticeni, cea de a XI-a ediție a Festivalului Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic” și prima ediție a Festivalul de film documentar și de film de scurt metraj „Draga Film Fest”. Evenimentele au adus laolaltă elevi și tineri din diferite zone ale țării și din Republica Moldova, membri ai unor trupe de teatru, studenți la teatru, profesori îndrumători, regizori, actori, scenografi, coreografi, trupe de actori profesioniști, soliști de muzică folk, soliști de operă, pictori și caricaturiști.

În urma preselecțiilor, au participat în concurs șapte trupe de teatru formate din liceeni și studenți din țară și străinătate.



Au fost selectate pentru faza finală a competiției trupele: „Artis” Piatra Neamț; „Ghioceii” Mingir (Basarabia); „Gong” Roman; „Protha” Panciu; „Șapte” Cluj-Napoca; „Thaliamar” Mangalia; „Victory of Art” București. Juriul festivalului de teatru a fost format din: Vlad Rădescu, Gheorghe Balint, Gavril Pătru, Lorette Enache, Vlad Basarabescu și Ana Maria Fasolă.

Vizionarea filmelor înscrise în concursul din cadrul Festivalului „Draga Film Fest” a avut loc în perioada 24-27 august. Cinemateca de noapte a oferit cineaților, în fiecare seară filme de cinematică vechi sau noi, dar și întâlniri cu actori și regizori. Din juriul Draga Film Fest au făcut parte: Șerban Marinescu, Dan Pița, Nicolae Mărgineanu, Ileana Popovici, Carmen Olaru și Cosmin Ștefan.

Și cei mici au avut parte de surprize, cum ar fi piese de teatru pentru copii cu actori din Iași, Piatra Neamț și Republica Moldova.

Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret „Grigore Vasiliu Birlic” reprezintă un loc foarte bun de conectare a tinerei generații cu nume mari ale teatrului și cinematografului românesc.

Kaufland România este de 10 ani alături de Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret „Grigore Vasiliu Birlic” în calitate de sponsor oficial. Asociația Fălticeni Cultural aduce mulțumiri pentru implicarea care face diferența oferită de Kaufland România.

VASILE LIVIU MIHĂILĂ
Președinte



”

Asociația Industriei Creative

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Industriei Creative dezvoltă proiecte și produse care urmăresc creșterea industriilor creative, acordând o atenție deosebită antreprenoriatului și parteneriatelor din aceste domenii. Asociația funcționează în scopuri culturale, economice, sociale, educative și umanitare, promovând valorile sale fundamentale: excelența, creativitatea, inovația, inițiativa, pasiunea, performanța, autenticitatea, pragmatismul și perseverența.

NR. PROIECTE

2*

Classix Festival -
Classix in art
2021 & 2022

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Participarea voluntară a angajaților
Kaufland România la desfășurarea proiectului

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/ comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de persoane
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Acțiuni directe de protejare a mediului
Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Classix Festival

Classix Festival este primul festival independent de muzică clasică din Iași. Debutul lui a avut loc în anul 2020 și e povestit și simțit ca o aventură clasică contemporană. Classix redefinesc experiența de concert și o adaptează la publicul contemporan, încurajează dialogul și re poziționează muzica clasică din lumea elitelor și o aduce mai aproape de curioși, pasionați și exploratori.

Scopul festivalului este stimularea unei noi generații care să își lărgescă interesele intelectuale, precum și revitalizarea culturală a orașului. Temele ilustrate includ tradiții naționale, istoria orașului, promovarea diversității culturale, cât și a patrimoniului autohton la nivel internațional. Repertoriul concertelor e bine de cunoscut și bun de descoperit: programul festivalului își propune să familiarizeze publicul său cu opus-uri, compoziții și artiști care nu se bucură de lumina reflectoarelor în programul filarmonicilor din țară.

A doua ediție Classix Festival a ilustrat o celebrare colectivă a trăirilor umane autentice și s-a desfășurat în format hibrid (online și fizic) și după o lungă pauză pandemică din viața culturală și concertistică a iubitorilor de muzică. 11 artiști din 6 țări au luat parte la 5 concerte ce au avut un public de 537 de spectatori cu participare fizică și peste 62.000 de vizualizări din transmisiunile video live. Evenimentele conexe au fost alcătuite din 2 panel-uri de antreprenoriat creativ și o lansare de carte.

Ediția 2021 Classix Festival a marcat lansarea primelor burse de creație oferite în domeniul muzicii, artelor vizuale și coregrafiei cu trei burse în valoare de 1.000 eur. Fiecare și-au propus să vină în sprijinul tinerilor artiști independenți afectați într-o formă sau alta

de pandemie și de pauza implicită impusă de restricții. În program s-au înscris tineri artiști, afectați de pandemie, liber profesioniști, artiști independenți, studenți, persoane fără un venit stabil și rezidenți în România.

Tematica acestei sesiuni a fost „*instinct*”, iar la finalul celor trei luni de rezidență creativă, artiștii selectați au prezentat câte un proiect relevant pentru sfera lor de interes și a practicii lor artistice.

În 2022, peste 60 de artiști din 13 țări au fost prezenți în cadrul celor 8 concerte care au alcătuit programul festivalului, alături de 7 proiecții de film, un vernisaj, o expoziție, o dezbatere, o prelegere și 10 masterclass-uri. Festivalul s-a desfășurat în format hibrid, însumând o prezență fizică de 1.500 de persoane la cele 8 concerte, iar peste 70.000 de persoane au urmărit transmisiunile online.

În cadrul acestei ediții a festivalului, componenta Classix in Art a cuprins 10 masterclass-uri unde au participat 56 de tineri muzicieni din toată țara, iar aceștia au avut ocazia să-și perfecționeze tehnicile de interpretare, ghidați de artiștii și profesioniștii invitați. Numărul burselor a fost mărit la 5.

Tematica apelului din acest an a fost „*pace*”, iar demersul acestuia a venit ca o formă de suport și încurajare a practicii artistice pentru tineri artiști, liberi profesioniști, artiști independenți, studenți și persoane fără un venit stabil. La finalul celor trei luni de rezidență creativă, artiștii selectați vor prezenta proiectul cu care s-au înscris la Classix in Art. Au fost vizate propunerile cu impact în comunitate și care pot contribui la revitalizarea vieții culturale.

Asociația Stage Photo

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Stage Photo este o organizație profesională cu caracter social, artistic, educativ și științific, având în centrul atenției susținerea morală și materială a membrilor asociației, susținerea și încurajarea pasiunii pentru fotografie a membrilor, reprezentarea și organizarea de acțiuni și evenimente civice, expoziții de fotografie și publicarea de materiale dedicate fotografiei.

NR. PROIECTE

1

Bucharest Photo Fest

FORMA CONTRIBUȚIEI
Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]
S-a stabilit o legătură

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației]

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am întâmpinat dificultăți în obținerea finanțărilor

Bucharest Photo Fest



Bucharest Photofest, ajuns la cea de-a șasea ediție, este un festival-platformă care și-a asumat misiunea de a intermedia accesul publicului larg la unele dintre cele mai importante, actuale și relevante repere din fotografia autohtonă și internațională.

Bucharest Photofest s-a desfășurat în perioada 1 - 8 mai 2022, după ce a fost reprogramat din octombrie 2021 (perioadă în care contextul pandemic nu a permis o bună desfășurare a ediției curente), în mai multe spații din București și a reunit aproximativ 30 de evenimente: expoziții, proiecții de film, showcases, discuții și dezbateri, concerte live și invitați speciali din Franța, Italia, Spania, Maroc, Algeria, Germania, Statele Unite ale Americii și nu numai.

Dincolo de faptul că este un proiect cultural prezentat într-un concept coerent articulat, fotografia devine în contextul Bucharest Photofest și pretext pentru dezbaterile unor teme importante ale actualității socio-politice și cultural-umane, astfel, fotografia devenind un instrument de educație vizuală. Prin coagularea conceptuală a unor expoziții individuale și colective, festivalul internațional de fotografie Bucharest Photofest, pe de-o parte se raportează la standardele

internaționale ale marilor expoziții și festivaluri de fotografie din lume, iar pe de altă parte încearcă să se impună ca standard profesional și artistic în contextul realităților cultural-sociale din România.

În fiecare an, Bucharest Photofest realizează un program cu aproximativ 35 de evenimente - expoziții, proiecții de film, dezbateri, masterclass, review de portofoliu, lansări de carte și prezentări de portofoliu, concerte live sau alte evenimente conexe. Astfel, într-un concept care încearcă să își întrepătrundă ramificațiile și nuanțele, publicul este primul beneficiar al unor multiple experiențe și expertize artistice, într-o propunere singulară ca desfășurare în timp și ca anvergură în spațiul cultural românesc.

Festivalul are o atenție particulară asupra orașului București, pe de-o parte prin alegerea mai multor locuri sau spații din capitală, relevante pentru piața culturală, de la galerii de artă și muzee până la locuri neconvenționale, cât și implicarea mai multor instituții și entități ale căror priorități sunt accesul imediat al unui public numeros și eterogen la produse vizuale relevante.



Proiectul are în prim plan educația. Fotografia este un mijloc dinamic și creativ ce poate susține la nivel de discurs public teme și subiecte importante. Fotografia are rolul de a educa vizual, de a vorbi despre subiecte actuale și de a forma o direcție responsabilă. Dincolo de oferta de subiecte și teme din cadrul fiecărei ediții, atenția cade și pe educația alternativă și pe creativitate, iar prezentarea unor subiecte sociale, de actualitate, reprezintă și prioritatea subiectelor propuse publicului.

În cadrul celei de-a șasea ediții, evenimentele au avut loc la Goethe-Institut, Instituto Cervantes din București, Muzeul Național al Țăranului Român, Deschis Gastrobar, UNATC, Victoria Hub, Uzina Coffee, Cărturești Modul, Cărturești Carusel, Galeria 21, Photosetup.

Rezistența este perspectiva prin care ediția din 2022 a Bucharest Photofest vorbește despre oameni, valori, locuri și, în mod special, despre fotografi și munca acestora, despre maniera prin care ei rezistă din punct de vedere al creativității, al valorilor și eticii sau chiar al abordării de business.

„Rezistența este un concept; ne privește pe toți. Este capacitatea noastră, a tuturor, de a ne manifesta conform setului de valori pe care l-am deprins. Este capacitatea de a depăși provocările sociale, politice, culturale. Este dorința de a ne manifesta cultural. Este ceea ce am reușit să facem după o perioadă de pandemie prin care a trebuit să trecem toți. Este succesul oamenilor care aspiră să trăiască cu demnitate chiar dacă sunt discriminați sau modul în care aleg să nu renunțe la valorile lor universale. Fotografia este instrumentul cel mai potrivit prin care Bucharest Photofest vorbește despre toate aceste lucruri.”, spune Ionuț Trandafirescu, fondatorul Bucharest Photofest.

Deschiderea festivalului a avut loc pe data de 1 mai, la Instituto Cervantes din București. Cu această ocazie a avut loc proiecția specială de film „Bergman: A year in a life” (r. Jane Magnusson), un film ce a făcut parte din selecția oficială la Festivalul de la Cannes și la BFI London Film Festival. Este un film care explorează temele existențiale ale filmelor care formează miezul influenței moștenirii artistice a lui Bergman și le raportează, de asemenea, la viața sa privată.



Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură

partener
comunitar
de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Încă de la înființare, Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură și-a dorit să reunească sub cupola sa artiști cu renume național și internațional pentru a putea oferi publicului român evenimente culturale de înaltă ținută. Prin evenimentele pe care le organizează, asociația se adresează în general publicului larg, fără diferențe, melomanilor și iubitorilor de frumos, încercând în același timp să ajungă și la acel public care nu este cunoscător, format, specializat pe muzică clasică.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

187.500 lei

DIN CARE

13%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Lockdown Italia

Dialogurile sufletului

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a produs o îmbunătățire

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul

Lockdown Italia

În perioada 2 iunie – 1 august 2021, pe gardul Muzeului Național de Artă al României – aripa Kretzulescu, Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură, Muzeul Național de Artă al României, Asociația Presei Străine din Italia, Kaufland România și Hubart Agency – Focșani, cu patronajul Ambasadei Republicii Italiene în România, Ambasadei României în Republica Italiană și Institutului Italian de Cultură din București și în parteneriat cu Muzeul Național al Satului „Dimitrie Gusti”, Sheraton Bucharest Hotel, Uniunea Ziariștilor Profesioniști din România și Librăria Pavesiana din București, prezintă expoziția de fotografie „LOCKDOWN ITALIA – văzut de presa străină”.

Expoziția de fotografie „LOCKDOWN ITALIA – văzut de presa străină” curatoriată de Chris Warde-Jones – jurnalist și membru al Asociației Presei Străine în Italia – și coordonată de Elena Postelnicu – corresponsent Radio România Actualități în Italia și secretar general al Asociației Presei Străine în Italia – a fost dedicată Zilei Naționale a Republicii Italiene 2021.

„2020 este un an care va rămâne imprimat în memoria populației lumii pentru totdeauna. În unele țări au existat chiar mai multe decese decât în cele două Războaie Mondiale. Această tragedie teribilă care continuă să facă victime nu a putut fi ignorată de Asociația Presei Străine din Italia. În acel moment, Trisha Thomas – Președintele în exercițiu al Asociației Presei Străine din Italia, s-a adresat fotoreporterilor care documentau zilnic efectele pandemiei.

Datorită fotografiilor celor 30 de fotografi prezentați în cadrul acestei expoziții, proveniți din zece țări diferite – inclusiv câțiva jurnaliști corespondenți italieni ai celor trei agenții principale reprezentate în Presa Străină, Reuters, AP și AFP –, vizitatorul poate reveni la perioada martie-iunie 2020, retrăind momentele fundamentale din timpul lockdown-ului: de la primele închideri dramatice până la accentuarea stării de suferință din țară; de la reacția demnă a întregii comunități la reluarea lentă a



activităților. O călătorie fotografică dedicată documentării istorice, care, în același timp, dorește să aducă un omagiu atât curajului și rezilienței arătate de italieni în cele mai dificile zile ale pandemiei, cât și profesioniștilor din lumea informației, care s-au aflat în prima linie, de cele mai multe ori pe propriul risc, pentru a o documenta.

Colectarea imaginilor realizate de cei treizeci de fotografi a fost poate cea mai ușoară operațiune, deoarece există o multitudine de fotografii, unele dintre ele coplesitor de dureroase, altele dramatice, altele sugerând încă speranță. După o rapidă selecție făcută de organizatori, 72 de fotografii au fost alese spre a fi expuse în cele trei săli ale Muzeelor Capitoline din Roma, cu un film de prezentare ce rezuma parcursul pandemiei până la acel moment. Evenimentul a fost prezentat presei pe data de 7 octombrie 2020 și în aceea seară, în Piața Campidoglio, a avut loc un concert susținut de Orchestra Italiană a Cinematografiei, care a acompaniat proiecția fotografiilor pe un mare ecran. Așa a luat naștere expoziția de fotografie «LOCKDOWN ITALIA văzut de Presa Străină», spune Chris Warde-Jones, curatorul expoziției.

Expoziția de la București a reunit o serie de 30 de fotografii: 27 de fotografii realizate de fotografi și jurnaliști profesioniști din cadrul Asociației Presei Străine din Italia: Andrew Medichini, Alessandra Tarantino, Luca Bruno, Antonio Calanni, Domenico Stinellis, Bruno Anastasi (Associated Press); Remo Casilli, Flavio Lo Scalzo, Guglielmo Mangiapane, Yara Nardi (Reuters Roma); Eric Vandeville (Abaca Press); Pablo Esparza (Heraldo de México); Tiziana Fabi, Andrea Pattaro, Vincenzo Pinto (Agence France Press), Esma Çakir (DW Deutsche Welle); Victor Sokolowicz (Clarín); Grzegorz Galazka (Sipa Press), Chris Warde-Jones (The Times); Paolo Giandotti (Ufficio Stampa del Quirinale) și Jesper S. Jensen (Italie Magazine), la care se adaugă 3 fotografii cu sosirea delegației medicilor români la Milano, realizate de Bogdan Chiș de la Ambasada României în Italia.

Ulterior, expoziția a putu fi vizitată și în cadrul celei de-a doua ediții ale Festivalului „Classic for Teens”, desfășurat în perioada 11-20 septembrie 2021, la Focșani.



Dialogurile sufletului



În perioada 2-27 aprilie 2021, Asociația pentru Muzică, Artă și Cultură, Asociația Help Autism, Centrul InfoEuropa din cadrul Ministerului Afacerilor Externe, Kaufland România și Radio România Muzical au organizat o serie de întâlniri virtuale desfășurate sub genericul „Dialogurile sufletului. Alice Năstase Buciuta în dialog cu...” – ediție specială dedicată proiectului Suflet în culori în beneficiul copiilor cu autism.

Dat fiind contextul pandemic, concertul caritabil Suflet în culori nu a putut fi organizat în 2021, drept urmare asociația a adaptat proiectul, astfel luând naștere Dialogurile sufletului.

Jurnalista Alice Năstase Buciuta, ambasador Help Autism 2019, a discutat cu o parte dintre muzicienii români și străini care au susținut – prin arta și talentul lor – cauza copiilor cu minți aparte de-a lungul celor șase ediții ale proiectului SUFLET ÎN CULORI. Concert caritabil în beneficiul copiilor cu autism. Astfel, pe întreg parcursul lunii aprilie publicul s-a putut întâlni cu dirijorul Gabriel Bebeșelea,

sopranale Laura Tăulescu, Leontina Văduva și Rodica Vica, tenorul Ștefan Pop, mezzosopranale Roxana Constantinescu și Andreea Iftimescu, baritonul Vlad Crosman, violoniștii Remus Azoitei, Clara Cernat și Vlad Maistorovici, violoncelistul Marin Cazacu, pianiștii Luminița Berariu, Mara Dobrescu, Thierry Huillet și Diana Ionescu și Anna Katharina Scheidereiter, CSR-Manager Kaufland România.

Toate aceste întâlniri virtuale au prilejuit publicului privitor nu doar bucuria reîntâlnirii cu unii dintre cei mai talentați muzicieni, ci și posibilitatea de a susține copiii și adolescenții cu autism prin donații pe platforma Galantom, fondurile obținute fiind direcționate către programele de terapie prin care Help Autism sprijină anual 600 de copii și adolescenți să-și atingă potențialul. Donațiile au putut fi făcute în cadrul campaniei dedicate Lunii Conștientizării Autismului – Un Dar Necesar.



Încă de la începuturile Asociației pentru Muzică, Artă și Cultură Kaufland România a reprezentat și reprezintă un partener de încredere și un sprijin valoros pentru proiectele pe care asociația noastră le-a implementat de-a lungul timpului. Deviza Kaufland România “Implicarea face diferența” ne-a inspirat și ne-a ambiționat să ne implicăm mai mult în societate prin intermediul proiectelor desfășurate de asociația noastră, proiecte menite a aduce frumosul în sufletele oamenilor.

MIHAI STAN

Fondatorul Asociației pentru Muzică, Artă și Cultură

NR. PROIECTE

1

Săptămâna Haferland

Săptămâna Haferland

Săptămâna Haferland, aflată la ediția a IX-a și dedicată culturii și tradițiilor săsești din Transilvania, a avut loc fizic și online în perioada 30 iulie - 1 august, în incinta sau în apropierea bisericilor fortificate din satele Archita, Bunești, Viscri, Saschiz, Homorod, Rupea, Criț și Meșendorf.

Festivalul se dorește a fi o reîntoarcere la valorile autentice ale sașilor și un mesaj de susținere și promovare a potențialului cultural și turistic din Țara Ovăzului.

„Tradiția merge mai departe în Țara Ovăzului, iar noi, prin ediția din acest an, al nouălea an consecutiv, facem posibil acest lucru. După perioada dificilă pe care am trecut-o cu toții, vrem să aducem un mesaj simbolic de susținere a comunității din Zona Haferland, promovând cultura, tradițiile, oamenii de valoare și locurile cu o istorie îndelungată. Prin atragerea turiștilor în zonă, prin programul de înaltă ținută culturală și prin evidențierea unor activități antreprenoriale de succes din localitățile săsești, dorim să revitalizăm aceste locuri și să îi îndemnăm pe români și pe cei veniți din afară să se bucure de valorile autentice din Țara Ovăzului”, a declarat Michael H. Schmidt, președintele Fundației M&V Schmidt.

Evenimentele din cadrul Săptămânii Haferland au fost concentrate în jurul bisericilor fortificate din Archita, Bunești, Viscri, Saschiz, Homorod, Criț și Meșendorf, dar și în centrul frumos amenajat al orașului Rupea. Organizatorii au realizat un arc în timp și au adus în prim plan adevăratele tradiții, prin muzică, dans și expoziții de obiecte vechi.

Festivalul s-a deschis pe 30 iulie, în localitatea Archita. Printre evenimentele zilei s-au numărat un concert de muzică clasică susținut de „Light Quartet”, o dezbatere publică pe tema „Antreprenori locali care duc tradiția mai departe” și un program artistic de dansuri tradiționale din Țara Ovăzului susținut Ansamblul de dansuri tradiționale al Forumului Democrat German din Sibiu, care a avut loc pe esplanada bisericii.

Tot pe 30 iulie, la Bunești, în fața bisericii medievale din localitate, fanfara „Neppendorfer Blaskapelle”, continuatorii ansamblului săsesc care a luat naștere în anul 1879, a încântat auditoriul cu vechi melodii. Programul zilei a mai inclus un concert de muzică clasică susținut în curtea lăcașului de cult de organistul Steffen Schlandt și clarinetistul Ciprian Dancu, un recital de poezie, în limba română și germană, prezentat de actorii Alin Deac și Gabriela Pirițeanu,

de la Teatrul Național „Radu Stanca”, din Sibiu. Programul zilei s-a încheiat cu o suită de fragmente de muzică clasică, susținut de cvartetul „Light Quartet”.

Seara a fost dedicată uneia dintre cele mai mediatizate localități săsești, Viscri. Pianistul Johann Markel a dat tonul unei serii de neuitat, fiind succedat de Florin Besoiu, cineastul care a realizat un film documentar despre bisericile fortificate. Cel mai așteptat moment a fost cel al tradiționalului bal săsesc, organizat de Fundația „Mihai Eminescu Trust” într-un decor tipic satelor transilvănene. Ansamblul „Trio Saxones” a întreținut atmosfera cu un potpuriu de melodii din tradițiile comunităților din Transilvania.

Pe 1 august, principala zi a festivalului, vizitatorii au fost invitați la expoziția itinerantă „Samuel von Brukenthal - un european timpuriu”, vernisată de Thomas Șindilariu, subsecretar de stat la Departamentul pentru Relații Interetnice al Guvernului.

Un moment cu totul special a fost concertul „Enescu - Bartok 140 de ani”, care a adus laolaltă, într-o manieră sonoră autentică, specifică sfârșitului de secol al IX-lea, „Rapsodia Română” de George Enescu și cele șase Dansuri Populare Românești de Bela Bartok.

Din programul zilei nu a lipsit o reprezentație de teatru, susținută de o trupă de actori tineri de la Teatrul Național „Radu Stanca” din Sibiu, care au adaptat un text de Mark Twain intitulat „Jurnalul lui Adam și al Evei”.

Festivalul Săptămâna Haferland este realizat în parteneriat cu Ministerul Culturii și Fundația Mihai Eminescu Trust, Fundația ADEPT Transilvania, Asociația Nowero, Primăria Rupea, Asociația Descoperă Archita, Asociația Vecinătatea Femeilor din Saschiz și Fundația Tabaluga.

Evenimentul se desfășoară sub Înaltul Patronaj al președintelui Klaus Iohannis și al prim-ministrului Landului Renaniei de Nord-Westfalia, Armin Laschet.



VIZIUNE & MISIUNE

Obiectivele asociației sunt organizarea de cursuri de inițiere în domeniul modelismului, în instituțiile de învățământ și la sediul asociației, promovarea și stimularea activităților de modelism.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

17.000 lei

DIN CARE

72%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Expoziția – Concurs Cupa Tomis

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Atingerea unui număr mai mare de
persoane

Capacitate crescută

Vizibilitate crescută

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Educație pentru mediu

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul

Cupa Tomis

Muzeul Național al Marinei Române a fost, în perioada 7-15 august, gazda celei de a VII- ediție a expoziției-concurs Cupa Tomis „Modelismul ca artă”, organizată de Asociația Modelism Tomis.

Pasionații de domeniul modelismului cu specific militar au avut ocazia să viziteze muzeul din Constanța și să admire, gratuit, lucrările artiștilor participanți până de Ziua Marinei Române. Expoziția din sălile de expoziție „Clio” și „Contemporană II” ale muzeului a cuprins o serie de elemente de modelism static și radiocomandat, creații ale unor artiști plastici locali, precum modele de aviație, nave militare, vehicule militare și diorame.

Evenimentul a fost unul din cele mai complexe de până acum, putând fi admirate modele

de aviație, blindate și vehicule militare, nave, figurine, instantanee și diorame.

De asemenea, publicul larg a avut ocazia să vadă și diferite piese din Colecția Publică de Istorie Feroviară a României.



Mulțumim pe această cale Kaufland România, care sub umbrela „Implicarea face diferența” a făcut posibilă îndeplinirea unui obiectiv important al asociației noastre - promovarea modelismului și dezvoltarea spiritului practic, al orizontului tehnic și de cultură generală în rândurile copiilor, tinerilor și pasionaților de modelism care au participat la Cupa Tomis.

GABRIEL EREMIA
Președinte

”

Liga Maiștrilor Militari de Marină

partener
comunitar
de tradiție

NR. PROIECTE

1

Ziua Marinei

Ziua Marinei

Ziua Marinei 2021 a fost organizată de către Forțele Navale Române, în condiții de pandemie. În Portul Militar Constanța, alături de oficiali și de presă, marinarii s-au bucurat de o zi cu o semnificație aparte.

Prezent a fost, desigur, și președintele Klaus Iohannis. Au mai participat premierul României, Florin Cițu, ministrul Nicolae Ciucă, de la MAPN, cât și ministrul de interne, Lucian Bode, Bogdan Huțucă, președintele PNL Constanța, prefectul Silviu Coșa, primarul Vergil Chițac, președintele CJ Constanța, Mihai Lupu, consilier în Ministerul Energiei, George Niculescu, ÎPS Teodosie, Arhiepiscopul Tomisului, care a ținut slujba din cadrul ceremoniei, cât și mulți alți oficiali.

Sărbătorită din anul 1902, Ziua Marinei Române a ajuns la cea de-a 119-a ediție. Este a doua ediție consecutivă care a fost organizată în condiții speciale, din cauza COVID-19.

Ceremonia a debutat cu întâmpinarea persoanei oficiale și trecerea în revistă a Gărzii de Onoare, din care fac parte militari din Forțele Navale Române, militari din Marea Britanie și din Statele Unite ale Americii.

Au fost ridicate pavilionul, geacul și marele pavoaz, la bordul navelor militare, în acordurile Imnului de Stat al României, concomitent cu 21 de salve de tun, care au fost trase de către militarii Batalionului 345 Artilerie „Tomis”, Brigada 9 Mecanizată „Mărășești”.

Evenimentul a continuat cu acordarea drapelelor de luptă Flotei 56 Fregate „Contraamiral Horia Macellariu” și Direcției Hidrografice „Comandor Alexandru Cătuneanu”, urmată de alocuțiunea Președintelui României, Klaus Iohannis.

La finalul ceremoniei, portul militar a fost survolat de o formație de aeronave de luptă, alcătuită din elicoptere Puma Naval ale Forțelor Navale Române, un elicopter IAR Puma, aeronave MIG-21 și F-16 ale Forțelor Aeriene Române, aeronave „Typhoon” britanice și un avion de cercetare P-8 american.

Publicul, aflat pe faleza Cazinoului constănțean și pe plajele din nordul litoralului, au urmărit defilarea navelor de la Constanța la Midia.

Formația navală a fost condusă de fregata „Mărășești” (F-111) și a fost alcătuită din puitorul de mine și plase „Viceamiral Constantin Bălescu” (PM-274), corveta „Contraamiral Horia Macellariu” (Cvt-265), dragorul maritim „Locotenent Lupu Dinescu” (DM-25), fregata turcească „Yavuz” (F-240), o navă maritimă de patrulare a Ministerului Afacerilor Interne, o navă de intervenție a Agenției Române de Salvare a Vieții Omenești pe Mare, iar parada navală a fost încheiată de veliere ale pasionaților de navigație tradițională cu vele.

Fundația Filderman pentru Educație, Cultură, Artă, Formare profesională, servicii sociale și medicale, timp liber și media

partener
comunitar
de tradiție

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2021

280.000 lei

DIN CARE

19%

susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

Un timp pentru
Speranță, un timp
pentru Fericire

Sărbătoarea - bucuria
care ne unește

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? [tipul impactului]

Schimbarea atitudinii/
comportamentului
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? [profunzimea impactului]

S-a stabilit o legătură
S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ?

[impactul asupra ONG-ului]

Servicii noi sau îmbunătățite
Atingerea unui număr mai mare de
persoane
Capacitate crescută
Vizibilitate crescută
Atragerea mai multor angajați sau
voluntari

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR?

[impactul asupra mediului]

Nu este cazul

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19?

[impactul pandemiei COVID-19 asupra
organizației]

Nu este cazul

Un timp pentru Speranță, un timp pentru Bucurie



Proiectul, implementat în perioada 25 aprilie – 10 mai 2021, a inclus:

- *** organizarea de ateliere de discuții, cu participarea unor specialiști - psihologi, sociologi, comunicatori, personalități din domeniul culturii, clerici
- *** discuții despre valorile cu care operăm într-o organizație, în speță, Fundația Filderman și Federația Comunităților Evreiești din România, cum poți fi fericit la locul de muncă etc. vizite la domiciliul unor persoane aflate în situații grele - ajutor social, material, bunuri de trebuință în gospodărie, socializare
- *** lansarea și completarea de chestionare sociologice care ne-au prezentat starea de spirit din Federație



”

Pandemia de Covid-19 nu a găsit pregătit pe nimeni pentru situații aduse la extremă. Am învățat că timpul pentru noi, pentru fiecare în parte, în aceste momente dificile, poate fi traversat cu înțelepciune și cu credința că tot ceea ce facem ne reprezintă. Întâlnirile, discuțiile, faptul că am putut asculta atâtea păreri, opinii, nemulțumiri, cuvinte de laudă, a dat posibilitatea colegilor să fie vizibili și la acest nivel. S-au impus, fără intervenții, discuțiile care respectau opinia fiecăruia, s-au încurajat atitudini prosoziale: respect, bunătate, colaborare; s-au construit punți de încredere – prin dialogurile inițiate și susținute; s-a luat atitudine clară împotriva oricărei manifestări de degradare umană și poluare morală.

Faptul că oamenii veneau la grupul de dialog cu încredere și cu bucuria că au cui să spună ce îi apasă, că speranța nu îi părăsește este semnul că proiectul nostru a fost unul bine primit, util și necesar. Ajutorul oferit de Kaufland România, pentru care mulțumim cu respect, ne-a dat posibilitatea să regândim modul de comunicare și implicare a fiecărui membru al organizației.

JANINA ILIE
Președinte

PRO GRA ME

DE

FINAN
ȚARE

În 2021, am continuat implementarea
celor două programe de finanțare
pentru organizațiile neguvernamentale:

..... Start ONG

..... În Stare de Bine



Programul **Start ONG** este cel mai simplificat mecanism de finanțare, dezvoltat de Kaufland România și Asociația Act for Tomorrow, pentru a oferi sprijin financiar ONG-urilor mici sau recent înființate, din întreaga țară, dar și instituțiilor publice din sfere precum educația (grădinițe, școli) și cu rol social (cantine publice, centrele pentru persoane vârstnice și copii), pentru a derula proiecte cu impact pozitiv în domeniile educație, sănătate, social, mediu și cultură.

Primul apel al ediției din 2021 a fost lansat în 1 martie 2021. Programul s-a desfășurat pe durata a 10 luni. În fiecare lună, organizațiile au putut aplica pentru unul dintre cele 3 praguri de finanțare:

- ✓ pragul I, cu o valoare de până la 1.000 de euro;
- ✓ pragul II, cu o valoare cuprinsă între 1.000 și 5.000 de euro;
- ✓ pragul III, cu o valoare cuprinsă între 5.000 și 10.000 de euro.

În al treilea an de desfășurare, programul Start ONG 2021 a reușit să investească 498.646 euro prin 115 ONG-uri & fundații, 23 de instituții de învățământ și 1 grup informal de inițiativă, care au organizat 139 de proiecte în 30 de județe și municipiul București, atingând toate cele 5 direcții principale. Au fost finanțate 93 de proiecte de educație, 19 proiecte din domeniul social, 16 proiecte din

domeniul sănătate, 5 proiecte din domeniul cultural și 6 proiecte din domeniul mediu.

Amenajări de spații educaționale, maratoane de codare, platforme digitale cu materiale utile pentru elevi și cadre didactice, achiziții digitale pentru o mai bună desfășurare a activităților educaționale, crearea unei linii de suport pentru tinerele mame din categorii defavorizate, harta de accesibilizare oraș, cursuri de yoga pentru seniori, campanii de informare pe diverse teme, ateliere de meloterapie și edularp, suport psihologic pentru diverse categorii de persoane, crearea unui traseu montan de 5 km cu 2 platforme panoramice tip belvedere, amenajarea unei grădini urbane, promovarea reducerii risipei alimentare, înființarea de centre culturale și crearea celei mai mari picturi murale din Transilvania au fost doar câteva dintre realizările proiectelor implementate în 2021.

Mixul dintre mediul online și cel offline, ca spații de desfășurare a proiectelor, a oferit tuturor organizatorilor oportunitatea de a ajunge la cât mai mulți beneficiari, astfel, proiectele finanțate prin programul Start ONG au reușit să ajungă în mod direct la:

- 18.335 de beneficiari în mediul offline
- 2.641.074 de beneficiari în mediul online

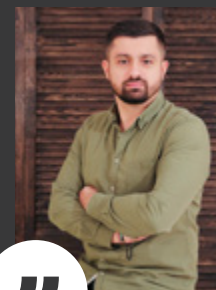
Printre cele mai importante proiecte implementate în cadrul proiectului se numără:

- VerticArt Nature - lansarea celei mai mari picturi murale din Transilvania, în centrul unei zone poluate din municipiul Alba Iulia, prin pictarea cu vopsea purificatoare. De aceasta vor beneficia peste 224.917 de persoane, locuitori ai municipiului și turiști (Asociația XEO);
- Go Yoga 55+ - program interactiv de mișcare și bunăstare zilnică pentru seniori. Proiectul a intrat în atenția Fundației Internaționale Ana Aslan (Răsăritul de Argint);
- Cărarea spre munte - marcarea unui traseu turistic pentru drumeții și mountain-bike, construirea a 2 platforme tip belvedere panoramice iluminate cu panouri solare cu loc de camping amenajat. A fost marcat un traseu de 5 km după standardele și legile în vigoare (Asociația La Pas);
- Evaluare Națională Online - crearea de materiale educațional tip clipuri video și fișe de lucru pentru elevii din clasa a VIII-a (Asociația pentru Educație Digitală Bigger Picture)

- Școala Mobilă de Mediu a ajuns în 5 școli din București, unde s-a făcut educație de mediu cu ajutorul unor machete și experimente specifice (Nature Talks).

O altă componentă importantă a programului este și cea de dezvoltare organizațională care s-a concentrat să le ofere organizațiilor neguvernamentale, instituțiilor de învățământ și grupurilor informale contexte în care să deprindă baze importante pentru a desfășura proiecte de succes: comunicare (social media și design grafic), inovație în proiecte comunitare, gestionarea voluntarilor și altele. Însă, în același timp, s-au promovat oportunități de la alte organizații, fundații sau programe pe canalele de comunicare interne și externe.

Programul Start ONG a fost lansat în 2019 din dorința de a echilibra și a optimiza procesul de micro-finanțare a ONG-urilor tinere, a instituțiilor publice non-administrative și a grupurilor informale/de inițiativă, iar pe perioada aceasta de 3 ani a finanțat cu 1.488.725 de euro 470 de proiecte comunitare pe direcțiile educație, social, sănătate, mediu și cultură, implementate în comunități locale pentru 2.783.955 de beneficiari direcți.



”

Două cuvinte cheie ale ediției cu numărul 3 a programului Start ONG sunt cu siguranță diversitate și dezvoltare, ajungând anul acesta la proiecte ingenioase, chiar premiere în România, ca de exemplu prima platformă care face legătura dintre seniori și comercianți, cea mai mare pictură murală cu vopsea purificatoare din Transilvania, linii de suport sau platforme digitale create în toate domeniile programului. În continuare, observăm că programul este unul bine venit în rândul organizațiilor neguvernamentale, instituțiilor de învățământ sau grupurilor de inițiativă. Un alt aspect important a fost adaptarea organizatorilor locali la condițiile de pandemie, în funcție de starea comunității în care au desfășurat proiectul, găsind împreună alternative pentru a continua proiectul.

ANDREI COȘULEANU
Președinte Act for Tomorrow

ÎN STARE DE BINE

Program pentru ONG-uri
susținut de Kaufland

#ÎNSTAREDEBINE este un program de finanțare ce oferă anual granturi nerambursabile în valoare totală de 1 milion de euro organizațiilor neguvernamentale din România, care dezvoltă proiecte în domeniile cultură, sport și viață sănătoasă și care se adresează cu prioritate grupurilor vulnerabile. Programul este susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile.

Activitățile programului În Stare de Bine se concentrează pe dezvoltarea și implementarea a 2 componente principale:

1. Programul de finanțare pentru ONG-uri În Stare de Bine
2. Programul de dezvoltare a sustenabilității organizațiilor „Creștem ONG-uri În Stare de Bine”

Programul de finanțare a debutat în martie 2021 și a beneficiat de un buget dedicat pentru finanțare de 4.870.000 lei (echivalentul a 1 milion de euro). În anul 2021 programul a revenit în întregime la cele 3 domenii de acțiune tradiționale, susținând astfel proiecte în domeniile cultură, sport și viață sănătoasă.

Programul a presupus lansarea a 2 apeluri de proiecte în prima jumătate a anului 2021 pentru granturi cu o valoare cuprinsă între 50.000 - 240.000 lei și o durată a proiectelor

cuprinsă între 3 și 8 luni (pentru proiectele din Apelul 1) și 3 și 6 luni (pentru proiectele din Apelul 2). Durata maximă de implementare a proiectelor a fost inițial 28 februarie 2022, dar în funcție de situațiile sau oportunitățile întâlnite în implementare, o parte din proiecte și-au putut prelungi perioada de implementare cu 1-2 luni peste această dată.

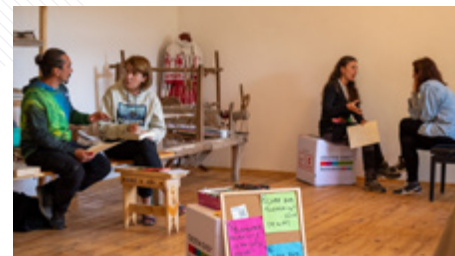
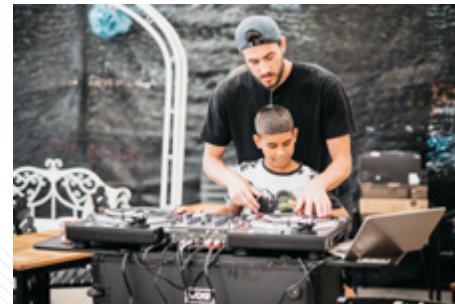
În total au fost primite 438 de cereri de finanțare în cadrul celor 2 apeluri deschise. Evaluarea acestora s-a realizat de către echipe FDSC, o listă scurtă fiind înaintată Comitetului de Selecție. În urma deciziei comitetelor de selecție din cadrul celor 2 apeluri, au putut fi finanțate **28 de proiecte** în cadrul celor 2 apeluri.

Toate proiectele finanțate au adresat nevoi ale grupurilor vulnerabile prin cele 3 tematici ale programului.



Cele 8 proiecte din domeniul Cultură au vizat inițiative de intervenție culturală și creștere a gradului de acces la activități culturale pentru beneficiari din grupuri vulnerabile, astfel:

- integrare în comunitatea de hip-hop locală a 20 de copii și adolescenți din centru de plasament din Cluj prin implicare în activități artistice axate pe muzică și DJ-ing, dans și desen (Asociația Concrete Rockers);
- ateliere de lectură, scriere creativă, dezvoltare personală prin teatru, muzică, videomapping, film, patrimoniu și meșteșuguri pentru 150 de copii aflați în situații de risc, care trăiesc în comunități vulnerabile din Botoșani și Darabani (Asociația Nord);
- ateliere de implicare civică, ateliere artistice de desen, street dance, jonglerii, foto-video, muzică pentru 300 de copii și tineri proveniți din medii vulnerabile din 3 comunități rurale din județul Iași (Asociația Artipic);
- ateliere de actorie și în producția unui spectacol de teatru 10 copii cu vârste între 13 și 14 ani, dintre care 5 cu deficiențe de auz din Timișoara (Asociația Solidart);
- acces la produse culturale din aria artelor spectacolului pentru 230 copii și tineri cu deficiențe de auz și vorbire și implicarea acestora în ateliere de basketball și facilitarea interacțiunii lor cu copii și tineri tipici, în cadrul unor reprezentații de teatru labirint (Asociația Avatar);
- implicarea în ateliere de artă social stradală, educație non-formală și circ social a 44 de copii cu vârste cuprinse între 4 și 16 ani, provenind din 32 de familii aflate în situație de stradă (Fundația Parada);
- realizarea unei cărți ilustrate inspirată din realitate, în urma unor ateliere cu 16 copii,



dintre care 7 cu afecțiuni neurocognitive și neuromotorii și 9 adolescenți tipici și distribuirea acestora în peste 1000 de exemplare, către copii cu dizabilități din rețeaua de colaboratori a asociației, dar și către profesori și elevi care se pregătesc să lucreze cu persoane cu nevoi speciale (Asociația Cu Alte Cuvinte);

- inițiativă de recuperare și valorificare a patrimoniului și a identității culturale locale din zona rurală buzoiană, prin care 100 de copii și tineri din grupuri vulnerabile au beneficiat de ateliere creative de olărit și intervenții de tip terapie ocupațională/terapie prin artă (Centrul de Artă Aluniș).

Cele 8 proiecte din domeniul Sport au vizat creșterea accesului la activități sportive pentru persoane în diverse stadii de vulnerabilitate, dar și abordarea unor probleme sociale prin activități sportive, astfel:

- implicarea a 115 copii cu cerințe educaționale speciale în activități sportive adaptate nevoilor lor pentru conștientizare importanței participării la activități fizice în viața de zi cu zi și prevenirea sedentarismului în dezvoltarea copiilor (Asociația FDP - Protagonisti în Educație);
- practicarea sportului în scop educativ și recreativ și acces la evenimente comunitare care să le dezvolte atât apartenența la o comunitate, cât și abilități utile în viețile ulterioare de adulți pentru 256 de copii proveniți din familii defavorizate sau din sistemul de protecție a copilului (Asociația Bronx People);
- activități de baschet 3x3 și activități educative ghidate pentru 100 de copii care trăiesc în centre de plasament din București (Asociația CS Sport Promotion);
- antrenamente de baschet și atletism pentru 20 de persoane cu dizabilități motrice (scaun rulant) din Sibiu și localitățile învecinate (Asociația Club Sportiv Comunitar Sibiu);
- antrenamente și competiții de șah și dezvoltare personală pentru 60 de copii și tineri, dintre care 40 provenind din medii defavorizate din județele Satu Mare, Vaslui și Iași (Asociația Stea);
- acțiuni sportive (în special înot) și activități de interacțiune socială menite să le dezvolte autonomia, capacitatea de exprimare a propriilor emoții pentru 23 de copii și adolescenți diagnosticați cu TSA (Asociația Învingem Autismul);
- activități de terapie prin escaladă, ateliere de dezvoltare prin joacă și activități în



aventura – parc pentru peste 40 de copii și tineri cu nevoi speciale din Iași (Asociația Climb Again);

- activități sportive săptămânale de grup, sesiuni de consiliere psihologică și meciuri caritabile, gândite să aducă împreună copii provenind din medii socio-economice diferite, pentru 50 de copii cu părinți navigatori din Constanța (Asociația Comandanților de Navă din România).

Cele 12 proiecte din domeniul Viață sănătoasă au abordat diverse vulnerabilități ale beneficiarilor lor prin intervenții care vizează pe lângă starea de sănătate fizică și mentală și aspecte ce țin de educație, incluziune, îmbătrânire activă, sprijin maternal, etc:

- program de educație comunitară pentru adoptarea unui stil de viață sănătos, bazat pe menținerea igienei corporale, prevenirea bolilor infecțioase și înțelegerea unor principii de bază privind alimentația pentru 800 de copii și 320 de părinți din 16 comunități rurale din județele Iași și Vaslui (Fundatia Serviciilor Sociale Bethany);

- terapii specifice de recuperare și inaugurarea unei grădini senzoriale, menite să acopere nevoile de sprijin emoțional și să sprijine integrarea socială a 50 de copii cu dizabilități din județele Galați și Vaslui (Fundatia Inimă de Copil);
- creșterea autonomiei personale a unui număr de 100 de copii cu tulburări din spectrul autist, beneficiari ai centrului de recuperare administrat de Asociația Autism Baia Mare, prin amenajarea și dotarea bucătăriei din cadrul centrului, organizarea unor ateliere de gătit și de educație pentru pregătirea mesei (Asociația Autism Baia Mare);
- înființarea un cabinet stomatologic școlar în comuna Budești, județul Vâlcea, pentru ca cei peste 320 de copii din comunitate să aibă acces la un minim de servicii medicale stomatologice (Asociația Prietenii Spitalului Vâlcean);
- module de formare indoor și outdoor pentru dobândirea unor abilități de viață independentă unui număr de 130 de copii și tineri cu vârste cuprinse între 13 și 19 ani, care trăiesc în 3 centre de servicii sociale din județul Iași (Asociația Outventure);
- activități intergeneraționale în beneficiul a 210 copii din 5 comunități din țară și 30 de seniori mentori voluntari (Fundatia Regală Margareta a României);
- îngrijire specializată și asistență medicală la domiciliu pentru 100 de persoane vârstnice



- cu afecțiuni medicale cronice din orașul Bacău și acces la activități de socializare periodice, terapie ocupațională sub forma unor cluburi tematice, evenimente artistice și recuperare psiho-motorie pentru alte 70 de persoane vârstnice rămase singure (Fundatia de Sprijin Comunitar);
- servicii de sănătate maternală, controale medicale esențiale, informații privind îngrijirea nou-născuților și „Cutia de bine”, cu produse de îngrijire și îmbrăcăminte necesare în primele 3 luni din viața acestora pentru 100 de femei provenind din medii socio-economice precare din Onești, Moinești și împrejurimi (Asociația SAMAS);
- acces la analize și controale medicale esențiale, consiliere psihologică și un program de educație pentru viață sănătoasă, adaptate nevoilor lor și contextului din care provin pentru femeile din comunitatea săracă Dârvari, județul Ilfov (Asociația Politeia);
- program susținut de recuperare medicală pentru 40 de copii cu afecțiuni psihoneuromotorii ce provin din familii defavorizate socio-economic din București (Fundatia pentru Copii Șansă la Viitor);
- distribuirea de pachete de îngrijire specifice, înlesnirea accesului la consultații medicale gratuite, susținerea unor sesiuni de consiliere psihologică și a unor întâlniri informative în domeniul geneticii, kinetoterapiei și nutriției pentru 72 de persoane care trăiesc cu boala genetică Charcot Marie Tooth (Asociația Charcot Marie Tooth Romania);
- activități de educație remedială (scris, citit, aritmetică primară), activități de petrecere a timpului liber (art&craft, mișcare, tabără, etc) pentru 70 de copii din comunitatea satului Văleni proveniți din familii dezorganizate și care nu frecventează școala sau o frecventează inconstant (Asociația Birth & Building Center).

În total, programul a însemnat:

- 28 organizații finanțate
- 16.290 beneficiari direcți
- 907.431 beneficiari indirecti
- Activități în 23 de județe și 126 localități
- 190 de colaborări cu instituții publice
- 84 de evenimente publice (13 online)
- 4.405 ore de activități culturale
- 5.213 ore de activități de educație pentru sănătate și recuperare medicală
- 2.593 ore activități sportive

Programul de dezvoltare a sustenabilității organizațiilor „Creștem ONG-uri În Stare de bine” a rezultat ca urmare a

conștientizării faptului că doar asigurarea sprijinului financiar nu ajută la eficientizarea activității organizațiilor. Ediția 4 a debutat în 26 octombrie 2021. Programul s-a extins până în luna august 2022 și a presupus analiza, planificarea și implementarea de măsuri transformatoriale, cu scopul de a îmbunătăți capacitatea organizațiilor de a adresa provocări existente și de a gestiona eficient schimbări și tendințe viitoare.

36 de organizații neguvernamentale s-au înscris în program, 25 au fost selectate pentru a participa, iar 22 dintre acestea au participat activ la activitățile programului.

Până la finalul anului 2021 au fost realizate analizele organizaționale pentru toate ONG-urile din program (aplicarea unei matrice cu 10 itemi de dezvoltare organizațională pentru a vedea care este punctul de plecare în procesul de consultanță organizațională pentru fiecare organizație), consultanță organizațională unu la unu cu consultanți interni și externi, evenimente de networking online și offline.



Consultanța organizațională oferită s-a concentrat pe următoarele tematici: managementul voluntarilor (10 organizații), fundraising general - strategie, construcție de campanii (11 organizații), social media (12 organizații), comunicare/ marketing (8 organizații), storytelling (7 organizații), financiar - cashflow (11 organizații), corporate fundraising (4 organizații), fundraising - scriere de proiecte (11 organizații), strategie organizațională (2 organizații), management și proceduri (5 organizații), constituency (1 organizație).

După parcurgerea programului, organizațiile implicate au avut posibilitatea să acceseze o linie de finanțare de mini-granturi (între 3000 și 8000 lei), menite să adreseze nevoi organizaționale punctuale care aveau nevoie de sprijin financiar. În total, **10 organizații** au beneficiat de aceste mini-granturi și au adresat: creare instrumente audio și video pentru fundraising, audit financiar, managementul voluntarilor, upgrade identitate vizuală online (website, advertoriale, business cards, dezvoltare canale de comunicare noi), upgrade identitate vizuală offline (materiale promoționale tipărite).

Evenimentul offline din cadrul acestei ediții a fost reprezentat de Laboratorul Creștem Comunități realizat într-una din comunitățile #ÎnStareDeBine, la Aluniș, județul Buzău. În cadrul acestei ediții, Laboratorul a avut o puternică componentă de dezvoltare comunitară. Organizațiile participante au experimentat diferite modalități de a-și duce munca în și pentru comunitățile lor la următorul nivel. Evenimentul a fost organizat în perioada 27 mai - 1 iunie 2021 și în cadrul acestuia au participat 17 persoane, parte din organizații neguvernamentale din ediția 4 Creștem ONG-uri, dar și alte organizații/grupuri civice interesate de dezvoltare comunitară. Ultima zi de activități a fost dedicată lucrului cu comunitatea locală/regională a Ținutului Buzăului/ județului Buzău - în cadrul discuțiilor din ultima zi au participat reprezentanți ai societății civile buzoiene, membri ai parcului UNESCO Ținutul Buzăului și reprezentanți ai autorităților locale (Primăria Colți, Primăria Nehoiu, IPJ Buzău).

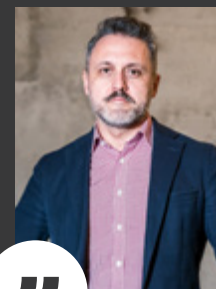
Programul Creștem ONG-uri continuă cu implementarea unei soluții online de automatizare a componentei de analiza organizațională, ce va fi realizată în parteneriat cu Code for Romania.

Câteva testimoniale ale organizațiilor participante:

„Pentru noi, ca organizație nou formată, participarea la acest program a fost ca o gură de oxigen, deoarece nu știam nimic despre planuri de marketing, comunicare strategică, fundraising, cashflow, plan de comunicare, social media.”

„Fără consilierea primită în acest program ne-am fi aflat în continuare pe drumul de pământ în care descopeream singuri cum să funcționăm. Acum suntem pe autostradă. Avem trasate direcții strategice și suntem pregătiți să îmbunătățim procedurile interne de funcționare. Avem o imagine nouă.”

„Creștem ONG-uri ar trebui să fie o etapă obligatorie în viața fiecărui ONG. Înveți să fii focusat, clar condensat, înțelegi punctele forte și cele vulnerabile, devine clar de ce nu poți să arzi etape și la final te trezești cu toate resursele necesare să faci treabă mai bună pe viitor. E un proces în care ai alături o echipă fabuloasă, care îți dă silința să te cunoască și să te ajute cât mai aplicat. A fost una dintre cele mai bune experiențe de învățare ale noastre!”



”

Sunt 4 ani de când dezvoltăm alături de partenerii de la Kaufland cel mai generos program de finanțare pentru ONG-urile din România. Cei 4 ani încheiați deja #ÎnStareDeBine înseamnă 4 milioane de euro în granturi nerambursabile, aproape 100 de organizații cu peste 125 de proiecte finanțate, 3 domenii cheie de acțiune, cultură, sport și viață sănătoasă, și o intervenție de urgență în criza medicală generată de pandemia de COVID-19. Implicarea organizațiilor care propun inițiative pentru comunități sustenabile și conectarea reală a echipei Kaufland România la realitățile de pe teren ne inspiră și ne oferă motivație să mergem mai departe.

IONUȚ SIBIAN

Director Executiv Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile

**Implicarea
face
diferența.**

