

De la oameni pentru oameni

INVESTIȚII COMUNITARE 2020
Kaufland România

**Implicarea
face
diferența.**


Kaufland

Cuprins

Introducere

...4

Despre raport ...5

Responsabilitate socială

...6

Ce ne ghidează: Pilonii responsabilității sociale corporative ai Kaufland România ...6

Stakeholderi și afilieri ...8

Susținerea obiectivelor de dezvoltare durabilă ale Global Compact ...8

Susținerea stakeholderilor strategici ai companiei ...10

Abordarea noastră

...12

Strategia de investiții comunitare a Kaufland România ...13

Organizare și eligibilitate ...13

Investiția noastră comunitară 2020

...14

Proiectele noastre

...18

Cuvânt înainte ...20

Educație ...22

Mediu ...44

Social ...68

Sport & Sănătate ...142

Cultură ...190

Programe de finanțare

...226

În Stare de Bine ...228

Start ONG ...236

Introducere

Kaufland România face parte din rețeaua de magazine europeană Kaufland, cu sediul în Germania, operând și în Cehia, Slovacia, Croația, Polonia, Republica Moldova și Bulgaria.

În 2020, Kaufland a sărbătorit 15 ani de prezență pe piața din România, iar la sfârșitul anului compania opera o rețea de 140 de magazine, 2 centre logistice și 2 sedii administrative.

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

În 2020, 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. De asemenea, ținând cont de contextul sanitar, am pus accentul de susținerea acelor proiecte care au avut ca obiectiv limitarea și combaterea efectelor negative ale pandemiei COVID-19.

Despre raport

Acesta este al cincilea raport de investiții comunitare al Kaufland România. Raportul analizează investițiile comunitare ale companiei și prezintă integrat inițiativele sociale aferente anului financiar 2020.

Astfel, informațiile prezentate acoperă perioada 1 martie 2020 – 28 februarie 2021. 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 2021.

Raportul urmează metodologia GRI, folosită pentru raportul de sustenabilitate al companiei aferent anului 2020, 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.

Am continuat să analizăm impactul acțiunilor noastre asupra beneficiarilor, asupra asociațiilor partenere și asupra mediului. În plus, ținând cont de contextul sanitar al anului 2020, am inclus în analiza noastră și impactul pe care pandemia COVID-19 l-a avut asupra asociațiilor neguvernamentale și proiectelor dezvoltate de acestea.

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.

Numărul total al beneficiarilor proiectelor implementate include atât beneficiarii direcți raportați de asociațiile partenere la finalul proiectului, cât și beneficiarii direcți și indirecti estimați înainte de finalizarea proiectelor.

Pentru analiza bugetelor anuale ale asociațiilor partenere, am folosit cursul valutar mediu aferent anului 2020, 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 Românie puternice și sustenabile, de aceea direcția noastră de investiții comunitare este compusă din 5 piloni centrali: educație, mediu, social, sport & sănătate și cultură. Ne concentrăm pe proiecte de amploare, care să atingă un număr cât mai mare de beneficiari, punând accentul pe continuitate pentru a avea cu adevărat un impact pozitiv pe termen lung.

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

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 & afilieri

SUSTINEREA 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.

- Susținere pentru furnizorii ce fac parte din lanțul de aprovizionare
- Susținere pentru agricultura locală
- Reducerea risipei de alimente
- Promovarea produselor autohtone
- Un sistem amplu și complex pentru monitorizarea și gestionarea stocurilor
- Inițiative sociale care implică donații pentru achiziționarea de alimente

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 81% furnizori locali
- 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 sau 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 & 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.

Investiția noastră comunitară 2020

	2018 Ian. - Dec. 2018	2019 Ian. 2019 - Feb. 2020	2020 Mar. 2020 - Feb. 2021
Total investiții	28.944.195	41.923.812	34.748.886
Total proiecte	128	144	125
Total asociații	99	83	79
Total beneficiari	1.236.669	2.250.772	4.994.007
Investiție per beneficiar	24,70	18,62	6,95

Domeniu / Nr. proiecte / Nr. asociații / Nr. beneficiari

Educație

11 / 10 / 221.500

Mediu

11 / 8 / 1.114.700

Social

55 / 38 / 140.953

Sport & Sănătate

32 / 20 / 1.327.744

Cultură

14 / 13 / 2.024.700

**2 programe de finanțare
dedicate organizațiilor
neguvernamentale:**



Număr total de proiecte

29

Număr total de beneficiari

38.644

Sumă investiții

5.454.900 lei



Număr total de proiecte

167

Număr total de beneficiari

125.766

Sumă investiții

2.727.550 lei

Cifre cheie

6

picturi murale
inaugurate



4.000

de calculatoare
donate



10.000

de elevi
au primit
abonamente
în o platformă
educațională
digitală



18,8

tone de deșuri
colectate



1

fermă de
agricultură
regenerativă
lansată



1

milion de măști
de protecție
colectate și
reciclate



45.300

porții de
mâncare
donate



1

casă de
tip familial
construită



1

robot autonom
sterilizare UVC
donat



1.450

de persoane au
donat sânge



1

lungmetraj
caritabil
realizat



Proiectele noastre



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.

Întrucât multe din proiectele implementate în 2020 au fost adaptate noii realități, trecând în mediul online pentru a evita răspândirea noului coronavirus, acestea au putut ajunge la un număr mai mare de persoane față de anii precedenți.



**Anna Katharina
Scheidereiter**

CSR Manager
Kaufland România

Dragi prieteni,

Anul acesta sărbătorim cinci ani de raportare a impactului pe care investițiile comunitare ale Kaufland România îl generează în societatea românească, odată cu lansarea raportului aferent anului 2020. Cinci ani de solidaritate pentru România, cinci ani în care am pus umărul la schimbarea în bine a societății românești. Am pornit pe acest drum cu misiunea de a fi transparenți cu acțiunile pe care le întreprindem și în același timp cu dorința de a servi ca un exemplu de urmat.

2020 a fost un an cu totul diferit. Pandemia COVID-19 a schimbat multe vieți și a pus reflectorul asupra inechităților din societate, făcând implicarea noastră în comunitate cu atât mai importantă. Pandemia a reafirmat, de asemenea, rolul esențial pe care parteneriatele cu sectorul neguvernamental îl joacă în abordarea și rezolvarea și problemelor sociale.

Solidaritate este cuvântul care descrie cel mai bine anul 2020. A fost nevoie de colaborare între mediul privat, sectorul neguvernamental și instituțiile statului pentru a depăși această criză. Am conștientizat lucrul acesta încă de la început și ne-am implicat în mod direct în combaterea efectelor negative ale pandemiei de coronavirus alături de partenerii din societatea civilă. Alături de ei, am identificat cele mai urgente nevoi existente la nivelul sistemului medical și al comunităților și am luat decizii rapide, adaptând sau dezvoltând proiecte noi.

Astfel, cea de-a treia ediție a programului de finanțare În Stare de Bine a fost adaptată contextului sanitar. Primul apel de proiecte, În stare să ajut, a fost dedicat exclusiv finanțării inițiativelor din domeniul viață sănătoasă și a avut peste 23.000 de beneficiari direcți. De asemenea, Start ONG a adaptat 3 dintre apelurile lunare ale programului, pentru a răspunde nevoilor urgente ale comunităților.

Pe parcursul anului nu am uitat însă că nevoile societății merg dincolo de pandemia de coronavirus. Prin proiectele pe care le susținem, oferim mai mult decât ajutor punctual, ne dorim să contribuim la schimbarea fundamentală a vieții beneficiarilor acestor inițiative. Ne dorim copii care au acces la educație, familii care primesc servicii medicale de calitate, tratament egal pentru persoanele defavorizate, servicii sociale care să asigure o viață decentă și acces la cultură și un stil de viață sănătos.

A fost și este în continuare esențial să ne asigurăm că nimeni nu este lăsat în urmă. Am încredere că și de acum înainte, colaborarea și eforturile comune vor sta la baza unor proiecte care vor genera un impact și mai mare la nivelul comunității. **Implicarea face diferența!**

- 
- Asociația Ateliere Fără Frontiere ...24
 - Asociația 11even ...27
 - Asociația Sfinții Români ...30
 - Asociația Centrul de Resurse în Comunicare ...32
 - Asociația Social Innovation Solutions ...33
 - Fundația Romanian Business Leaders ...35
 - Asociația Code for Romania ...36
 - Asociația Regio din Transilvania ...38
 - Asociația Modelism Tomis ...40
 - Asociația Centrul Step by Step pentru Educație și Dezvoltare ...42

Educație

10 ASOCIAȚII PARTENERE

11 PROIECTE

221.500 BENEFICIARI

VIZIUNE & MISIUNE

Prin activitățile sale, Ateliere Fără Frontiere urmărește consolidarea unui model sustenabil și scalabil de economie socială și circulară care să susțină eforturile misiunii, respectiv inserția socială, profesională și civică a persoanelor vulnerabile, excluse și marginalizate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

3,8 mil. lei

DIN CARE

13% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

- Dăm Click pe România
- Solidaritate pentru Educație Digitală

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? *profundimea impactului*
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*

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

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.

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 (AFF) 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.

Proiectul Dăm Click pe România a presupus donația unui număr total de **4.000 de calculatoare** recondiționate către școli, ONG-uri și instituții publice de pe întreg teritoriul României, echipamentele ajungând în toate cele 41 de județe ale țării și în municipiul București.

Toate calculatoarele au ajuns în sălile de curs sau direct în casele copiilor ce se află în zone defavorizate din România, oferind o șansă în plus la o educație de calitate pentru peste **30.000 de elevi și profesori**, grupurile ce reprezintă beneficiarii direcți ai echipamentelor.

Echipamentele donate (unități, monitoare, periferice etc.) sunt colectate, curățate, reparate și ambalate de către cei 15 angajați din programul de inserție Educlick. Ei reprezintă o categorie de beneficiari indirecti întrucât proiectul oferă pentru ei stabilitatea

locului de muncă și asigură buna desfășurare a parcursului de reintegrare pe piața muncii. În plus, recondiționarea echipamentelor a avut și un impact pozitiv asupra mediului. În total, calculatoarele donate în parteneriat cu Kaufland România evită emisii de CO₂ de 600.000 de kg.

13 angajați Kaufland s-au oferit voluntari pentru a juriza proiectele educaționale înscrise și în baza cărora au fost selectate cele **232 de școli** beneficiare dintr-un total de peste 350 de aplicații. Fiecare angajat a jurizat în medie 16 structuri aplicante pe baza unor criterii prestabilite de către echipa de organizare. Școlile beneficiare au fost alese împreună cu partenerii proiectului pe baza aplicațiilor, urmărindu-se impactul utilizării calculatoarelor pentru comunitatea locală, cu precădere impactul asupra dezvoltării tinerilor în materie de competențe digitale.

În cadrul proiectului, AFF a organizat campanii publice de colectare de echipamente electronice pentru a asigura resursele necesare proiectului. Majoritatea dintre ele se desfășoară în mediul online și se adresează persoanelor fizice și companiilor din zona București-Ilfov, dar ultima campanie a avut loc și fizic în 5 magazine Kaufland din București, Cluj și Timișoara.

O bună parte dintre calculatoarele donate au sprijinit direct elevii afectați de pandemia de COVID-19. Unitățile școlare beneficiare au distribuit echipamentele direct către copiii care aveau dificultăți în a se conecta la orele desfășurate în mediul online. Odată cu întoarcerea fizică la clase, jumătate dintre școlile partenere la proiect au folosit echipamentele pentru a organiza ore remediate cu elevii ale căror rezultate școlare au avut de suferit ca urmare a trecerii în online.



*Proiectele dezvoltate de Asociația Ateliere Fără Frontiere, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

SOLIDARITATE PENTRU EDUCAȚIE DIGITALĂ



Împreună cu mai mulți parteneri și sponsori, Asociația Ateliere fără Frontiere a donat calculatoare direct către elevii din zone defavorizate în primele 6 luni ale pandemiei (martie - septembrie 2020).

Calculatoarele recondiționate și donate cu sprijinul Kaufland România au fost livrate la sfârșitul lunii martie, la mai puțin de 2 săptămâni de la declanșarea stării de alertă, către copiii din 7 localități ale județului Timiș. Astfel, **90 de elevi** beneficiari direcți au putut accesa cursurile online și termina cu bine anul școlar, fără pierderi majore în procesul lor educațional.

Răspunsul rapid al proiectului în fața pandemiei a fost rezultatul parteneriatului dintre cele două organizații și al muncii depuse de către angajații educlick pentru recondiționarea echipamentelor în condiții speciale.

Ne bucurăm să avem lângă noi un partener ce împărtășește viziunea și obiectivele noastre pentru o societate verde, prietenoasă cu mediul și deschisă la oportunități egale în educație.

Programele de recondiționare și donație de calculatoare desfășurate cu sprijinul Kaufland România reprezintă un parteneriat excepțional ca anvergură și obiective. Fiecare echipament donat împreună aduce o șansă în plus elevilor la o educație de calitate, contribuie activ la conservarea mediului și oferă oportunitatea angajaților programului de inserție să capete încrederea necesară pentru a deveni cetățeni independenți.

Proiectele derulate alături de Kaufland România demonstrează că cele mai grele perioade pot fi depășite prin colaborarea celor ce doresc să producă schimbări relevante și de lungă durată în comunitățile lor.



DAMIEN THIERY

Director General Ateliere Fără Frontiere

Asociația 11even

© partener comunitar de tradiție

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 2020

1,1 mil. lei

DIN CARE

90% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

● Creatori de viitor - Transform Champions United

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? *profunditatea 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 fost nevoiți să reducem numărul de angajați

*Proiectele dezvoltate de Asociația 11even, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

CREATORI DE VIITOR - TRANSFORM CHAMPIONS UNITED



Creatori de viitor este unul dintre cele mai importante programe educaționale dedicate liceenilor cu performanțe deosebite, din România și Republica Moldova. În cadrul acestuia, tinerii iau contact și sunt mentorați de lideri implicați activ în viața socială și economică internă și internațională.

Totodată, programul reprezintă și o platformă generatoare de idei și proiecte ce aduc schimbare în comunitățile din care creatorii de viitor provin și nu numai. Pentru că peste 75% din acești tineri urmează universități de top din toată lumea, un obiectiv al programului este acela de a-i încuraja să aleagă România după finalizarea studiilor, fie prin urmarea unei cariere în țară, fie prin implicarea activă în proiecte cu impact în dezvoltarea României.

Champions United este unul dintre cele mai importante evenimente naționale dedicate liceenilor cu performanțe. În 2020, programul a ajuns în 4 orașe, unde **50 de liceeni** s-au alăturat în sesiuni online celor **60 de participanți** selectați, astfel încât peste 100 de beneficiari direcți au luat parte la aceste evenimente.

În urma ediției din 2020 a Champions United au rezultat 4 idei de proiecte sociale cu adresabilitate locală (sau națională):

- Constanța: Tabla Virtuală
- Vaslui: SCOP – Școala de Cariere și Orientare Profesională
- Iași: Akademia Voluntarilor
- Cluj-Napoca: QuoVadis

Tabla Virtuală este un spațiu al învățării, un loc al descoperirii, al noutăților, dedicat elevilor, profesorilor și părinților. Proiectul transformă tabla din sala de curs într-o platformă web, în care lecția de zi/obiectul învățării/ îl constă însăși educația. Pe această platformă web vor fi analizate și explicate pe înțelesul tuturor instrumente (digitale și nu numai) care fac educația mai ușoară.

SCOP - Școala de Cariere și Orientare Profesională este un program de orientare educațională și profesională axat pe promovarea meseriilor și domeniilor de activitate în concordanță cu piața muncii din județul Vaslui. Proiectul are în vizor ameliorarea abandonului școlar și universitar, precum și încurajarea tinerilor de a face alegeri informate în viitoarea carieră, promovând oportunități locale de dezvoltare și angajare.

Akademia Voluntarilor - Formăm oameni este un proiect dedicat formării și gestionării comunității de voluntari la nivelul Municipiului Iași. Pe deoparte, proiectul funcționează ca un instrument pentru ONG-urile/grupurile de

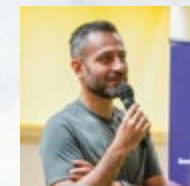
inițiativă locale în a-și forma voluntarii și a le dezvolta abilitățile prin diferite workshopuri și instrumente puse la dispoziție de echipa proiectului și, pe de altă parte, reprezintă o interfață între organizatorii de proiecte/ evenimente și comunitatea de voluntari. Astfel, organizatorilor de proiecte/ evenimente le este asigurată o gestionare profesionistă a resursei umane, iar voluntarilor un mediu propice și echitabil în care se pot dezvolta.

QuoVadis – Inspirație pentru viitor este un program gândit pentru a-i ajuta pe elevi să ia decizii informate privind parcursul profesional, beneficiind de experiența și, în unele cazuri, de disponibilitatea adulților profesioniști care sunt cooptați în program ca mentori, de a îi integra pe elevi în activitatea practică și/ sau a le oferi sesiuni de mentorare individuală.

Pandemia COVID-19 ne-a blocat toate proiectele așa cum erau planificate - festivaluri în zeci de orașe cu zeci de mii de participanți, proiecte de educație prin mișcare oferite anual la peste 5.000 de copii, tabere de vară cu sute de participanți și mentori.

Suntem însă recunoscători pentru că ne-a și creat contextul de a gândi diferit și de a acționa concret în sprijinul cadrelor medicale din comunitatea noastră. Și sigur, pentru faptul că am avut șansa de a beneficia de susținerea partenerilor de la Kaufland România, fapt care ne-a permis să ne continuăm activitatea și în aceste vremuri grele.

Suntem însă 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 Sfinții Români

○ partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este sprijinirea oamenilor care au nevoie de o mână întinsă, în special copii și tineri, precum și a culturii, sub multiplele ei valențe.

NR. PROIECTE 1

● Bacalaureat pentru toți – Bursele mybac.ro

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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

BACALAUREAT PENTRU TOȚI – BURSELE MYBAC.RO



Proiectul Bacalaureat pentru toți - Bursele myBac.ro este derulat și implementat de Asociația Sfinții Români și mybac.ro susținut de Kaufland România. Scopul proiectului este de a oferi **10.000 de abonamente** gratuite timp de un an, în platforma mybac.ro, familiilor care nu își permit să le ofere copiilor educație de calitate.

myBac.ro este o platformă online concepută pentru a ajuta elevii de liceu, dar mai ales pe cei din clasa a XII-a, să se pregătească pentru examenul de Bacalaureat. myBac.ro oferă suport de curs, conform programei pentru Bacalaureat a fiecărei materii, pentru toate filierele și profilurile de studiu din ciclul liceal - Filiera Teoretică, Filiera Tehnologică, Filiera Vocațională. Materiale de studiu includ cel puțin 4 materii din fiecare profil (Limba Română, materia obligatorie specifică profilului și cel puțin două materii opționale).

Abonamentele au fost distribuite către 250 de licee din întreaga țară, cu preponderență în mediul rural, precum și către liceele din mediul urban cu o rată redusă de promovare a examenului de Bacalaureat.

În ultimă instanță, scopul acestui proiect educațional este acela de a crește rata de promovare a bacalaureatului, cu efecte socio-economice pe termen lung. Totodată, proiectul facilitează:

- cointeresarea și implicarea părinților în educația copiilor, în vederea conștientizării importanței acesteia pentru viitorul lor.
- ajutarea familiilor care nu pot oferi copiilor acces la educație online de calitate, oferindu-le acces gratuit la o platformă educațională modernă.

Ne bucurăm că Asociația „Sfinții români” este parte a proiectului sprijinit de Kaufland România, de a oferi 10.000 de abonamente gratuite în platforma mybac.ro, elevilor de liceu cu posibilități materiale reduse, care doresc să se pregătească pentru Bacalaureat. Prin sprijinirea programului, Kaufland România dovedește că este un partener activ al fiecărei comunități la care am ajuns. Împreună am pus bazele unui parteneriat care își va arăta roadele negreșit.

Implicarea în educație este măsura înțelegerii și asumării unui rol nobil care transcende orice interes imediat. Implicarea face, într-adevăr, diferența! Pentru viitor!

ȘTEFAN LUNGU

inițiator proiect

Asociația Centrul de Resurse în Comunicare

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Centrul de Resurse în Comunicare are ca misiune creșterea potențialului de comunicare și strângere de fonduri al sectorului non-profit din România.

NR. PROIECTE 1

● Școala pe net

Asociația Social Innovation Solutions

○ partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Social Innovation Solutions oferă consultanță în impact social și inovație, facilitează conversațiile strategice pentru ONG-uri și corporații și dezvoltă programe educaționale și competiții de business pentru tineri.

NR. PROIECTE 1

● Future Youth Summit

ȘCOALA PE NET



Centrul de Resurse în Comunicare, Asociația Techsoup, Teach for Romania, Seeding Knowledge Foundation, cu sprijinul Kaufland România și în parteneriat cu Ministerul Educației și Cercetării au lansat „Școala pe Net”, o platformă multimedia gratuită, destinată cadrelor didactice care pot învăța mai ușor de la specialiști în educație și IT cum să utilizeze resurse online, utile în procesul de predare.

Platforma vine în ajutorul a aproape **180.000 de profesori** din România, cu soluții simple care să îi ajute pe aceștia să se adapteze și să se familiarizeze cu predarea prin noile tehnologii, continuând lecțiile de acasă. Proiectul este inițiat ca urmare a necesității de a utiliza noile sisteme de predare digitale, pe durata epidemiei de COVID-19.

Suspendarea cursurilor în școlile din România din cauza epidemiei de COVID-19 a impus implementarea unor soluții rapide online care să ajute elevii și profesorii din România să poată continua cu ușurință procesul

educațional. Însă profesorii au avut nevoie de resurse pentru adaptarea la noile metode de predare din mediul digital, iar proiectul „Școala pe Net” a venit în sprijinul acestora cu o platformă unde li s-a explicat, pas cu pas, ce mijloace tehnice și pedagogice au la dispoziție pentru a ține cursurile online, cum își pot crea conturi pe diferite aplicații digitale și platforme de e-learning sau cum își pot adapta conținutul educațional folosind noile tehnologii, indiferent de nivelul abilităților tehnice pe care le au.

În acest sens, 10 experți în domeniul educației și tehnologiei au oferit asistență online profesorilor cu privire la adaptarea curriculei și a procesului educațional la predarea pe Internet. Aceștia au răspuns la întrebările adresate de profesori și au creat conținut relevant pe platformă, sub formă de articole, tutoriale video sau webinarii cu informații utile. Conținutul este dezvoltat constant pentru a acoperi cât mai multe nevoi și pentru a îmbunătăți permanent procesul didactic.

FUTURE YOUTH SUMMIT



Future Makers este un program educațional de antreprenoriat conceput pentru a încuraja tinerii din toată România în a înțelege a 4-a revoluție industrială, tendințele care modelează viitorul și cum pot crea și dezvolta o afacere sustenabilă în contextul schimbărilor actuale.

În 2020, la a 3-a ediție, Future Makers a oferit tinerilor oportunitatea de a participa la ateliere de antreprenoriat atât offline, cât și online pentru a învăța cum să dezvolte idei de afaceri viabile care contribuie la un viitor sustenabil precum și susținerea financiară și cu know-how a unor soluții imediate la provocările Covid-19.

Cei **100 de Future Youth Fellows** au vârste cuprinse între 18 și 30 de ani și vin din România, Ucraina, Turcia, Republica Moldova, Georgia, Serbia, Grecia, Bulgaria, Ungaria sau Belarus, dar și din Nigeria, India și Bangladesh.

Pentru incubatorul de business au fost selectate 50 de idei, propunând diferite soluții

din 10 domenii: automatizare, educație, mediu, sănătate, agricultură, mobilitate, VR & AI, angajabilitate, servicii și noi tehnologii care ne eficientizează activitățile în viața de zi cu zi și în business.

Finaliștii au primit mentorat și ateliere de business pe perioada verii, unde au avut ocazia să interacționeze cu experți internaționali și antreprenori sociali globali în conversații și ateliere despre: viitorul muncii, fundraising în timp de criză, business continuity și inovație, economie digitală, concluziile întâlnirii de la Davos, dezvoltare comunitară, tehnologii pentru startups sau wellbeing.

În plus, tinerii au participat și la o sesiune de pitch în cadrul Future Summit, cel mai mare eveniment dedicat trendurilor de viitor. 7 idei câștigătoare au primit premii totale în valoare de 20.000 de euro. Proiectul angrenează peste 20 de parteneri locali (organizații studențești, HUBs și spații de coworking, universități s.a) și peste 70 de mentori și experți.

Marele premiu Future Makers 5.000 de euro a fost acordat echipei PolyMore, ce lucrează la o soluție care folosește algoritmi de inteligență artificială pentru gestionarea deșeurilor plastice.

Echipele care au câștigat câte un premiu de 2.500 de euro sunt:

- ACT - tacâmuri flexibile, un set de tacâmuri cu mâner flexibil dedicat persoanelor care suferă de artrită sau de alte boli care afectează mobilitatea membrilor superioare.
- ArtLink, o soluție concepută în contextul pandemiei de COVID-19, care ajută comunitatea internațională a artiștilor vizuali să rămână în contact cu publicul lor prin intermediul Realității Augmentate.
- CardioMedive, dispozitiv sub forma unui plasture „medical grade” care atașat pe pieptul pacientului colectează și analizează toți parametrii vitali esențiali.
- Synovius, un dispozitiv medical pentru recuperarea articulațiilor portabil, digitalizat ce poate lucra toate cele 3 articulații (cot, genunchi și gleznă)
- Umalo, este compania care produce jucării inteligente pentru copii ce utilizează tehnologia alternativă, pentru o generație viitoare sănătoasă.

Premiul publicului de 2.500 euro a fost câștigat de Brandoteca, o platformă menită să celebreze brandurile românești, oferindu-le ocazia să-și facă povestea cunoscută, să-și promoveze produsele și serviciile și să-și atingă întreg potențialul la nivel local sau național cu un buget redus. Au obținut peste 1.350 de voturi, din mai mult de 5.000 de voturi.

Ca răspuns la provocările imediate ale crizei Covid-19, programul a oferit suport suplimentar de 15.000 de euro pentru soluții la provocările Covid-19 pentru 3 echipe din București, Craiova și Cluj-Napoca, oferind vizibilitate și pentru alte zeci de soluții la provocările pandemiei.

Fundația Romanian Business Leaders

○ *partener comunitar nou*

NR. PROIECTE 1

● SuperTeach

SUPERTEACH



SuperTeach a fost creat pentru a stimula descoperirea și dezvoltarea măreției, a talentului și potențialului în fiecare copil și a plecat de la ideea de transformare a mediului educațional astfel încât acest scop să fie atins plecând chiar de la motorul care dă viață acestui sistem: profesorii.

Proiectul SuperTeach stimulează dorința profesorilor de a fi cei care inițiază și construiesc această schimbare printr-un proces în trei pași:

- Conferințele SuperTeach – organizate în marile orașe din țară, cu durata de o zi. Aici, profesorii intră în contact cu antreprenori, oameni de business și alte cadre didactice care au aplicat cu succes metode inovatoare de predare și de la care își pot lua doza necesară de inspirație. În 2020, au participat 150.000 de profesori.
- Programul de formare Mentalitatea Deschisă în Educație (MDE) – un program al Institutului Arbing, lider mondial în schimbarea mentalităților, și care, în premieră mondială, este implementat la

nivelul unui sistem educațional național. În România, este susținut de Institutul Dezvoltării Personale (IDP), fiind un curs certificat, în urma căruia profesorii participanți vor obține acreditare. Ulterior, ei pot parcurge și modulul Formare de Formatori, care le oferă oportunitatea de a deveni traineri pentru alți profesori interesați de program. Programul de formare este gratuit pentru profesorii selectați. În 2020, programul a avut 15.000 de absolvenți.

- Profesorii-formatori SuperTeach creează comunități locale de profesori cu mentalitate deschisă, motivați și pasionați de ceea ce fac, și devin factor de schimbare pentru colegii lor și pentru comunitatea în care trăiesc. Astfel, sunt create 42 de comunități, în fiecare județ al țării.

Asociația Code for Romania

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Code for Romania este una orizontală în sectorul non-profit având obiective în multiple arii de intervenție. Scopul asociației este să pună tehnologia în slujba organizațiilor și să crească impactul activității acestora în cel mai eficient mod cu putință.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

2,3 mil. lei

DIN CARE

1,06% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Platforma Donatorilor

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Cum s-a schimbat? *profunditatea 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

Altă formă: Deschiderea de date esențiale sectorului

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

Volum crescut de muncă

Impredictibilitate

PLATFORMA DONATORILOR

Code for Romania proiectează, construiește și administrează ecosistemul de schimbare socială prin tehnologie al României.

Organizația a reușit să conceapă și să consolideze un mecanism funcțional prin care să aducă împreună și să direcționeze capacitatea uriașă de dezvoltare IT din România și diaspora pentru a livra soluții digitale pentru problemele cu care ne confruntăm.

La final de 2020, comunitatea Code for Romania se apropie de 2.000 de membri care formează împreună un grup interdisciplinar foarte variat, compus din UX designeri, developeri, arhitecți software, comunicatori, designeri și cercetători.

Platforma Donatorilor își propune să aducă o mai mare claritate asupra investițiilor strategice în sectorul non-profit devenind astfel un punct esențial de informare cu privire la alocarea sprijinului financiar în domenii specifice de intervenție, identificarea de noi oportunități de finanțare în domenii

încă neexplorate, crearea de mecanisme de co-finanțare și descoperirea de noi actori neguvernamentali și proiectele acestora. Sectorul neguvernamental și publicul larg vor avea acces la un punct central de informare cu date actualizate și standardizate, urmând o taxonomie comună și o mecanică simplă de colectare, permanentă și consistentă.

Platforma reprezintă un punct esențial de informare cu privire la alocarea sprijinului financiar în domenii specifice de intervenție, identificarea de noi oportunități de finanțare în domenii încă neexplorate, precum și de co-finanțare și descoperirea de noi actori neguvernamentali și proiectele acestora.

Până în luna aprilie 2021, în Platforma Donatorilor s-au deschis date din partea a 15 finanțatori și 19 Fundații Comunitare, reprezentând granturi în valoare totală de 45,7 milioane de euro.

Asociația Regio din Transilvania

© partener comunitar de tradiție

NECESAR DE
FINANȚARE
AL ASOCIAȚIEI
ÎN 2020

450.000 lei

DIN CARE

93% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Fleximodels

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea competențelor
personale

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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

FLEXIMODELS



În prezent, în România există 7 școli cu predare pentru copii nevăzători și cu deficiențe de vedere, în care învață aproximativ **1.500 de elevi**. Pentru că nu sunt suficiente resurse ca acești copii să poată învăța matematica în mod adecvat, proiectul Fleximodels oferă instrumentele potrivite prin care cei mici au posibilitatea de a simți prin tact formele geometrice și formulele pentru calcul algebric.

Sistemul Fleximodels, inventat de către profesorul de matematică Bíró G. Albert, este o inovație ce include un set de elemente educative interactive de matematică, realizate special pentru copii nevăzători, în limbaj Braille sau figuri în relief, cu vizualizarea culorilor prin linii de diverse grosimi, precum și materiale suport pentru profesorii coordonatori.

În 2020, Kaufland România a continuat să susțină proiectul început în 2019, astfel încât încă 100 de pachete să ajungă la copiii cu deficiențe de vedere. Pachetele au fost oferite gratuit școlilor din Arad, București, Buzău, Cluj-Napoca, Timișoara și Târgu Frumos.



Asociația Modelism Tomis

© partener comunitar de tradiție

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 2020

9.500 lei*

DIN CARE

75% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Expoziția - Concurs Cupa Tomis 2020

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii /

comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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

EXPOZIȚIA - CONCURS CUPA TOMIS 2020



Cea de-a VI-a ediție a expoziției – concurs de modelism Cupa „Tomis” a fost organizată în perioada 14-16 august 2020, la Muzeul Național al Marinei Române.

Dat fiind contextul epidemic, nu au mai putut fi organizate activități de prezentare și inițiere în diferite tehnici de modelism, workshop-uri și promovarea de produse specifice, astfel încât numărul vizitatorilor să fie limitat și să fie respectate normele de distanțare socială. În plus, pentru buna organizare a activității, au fost luate măsuri de igienizare a sălilor de expoziție, au fost puse la dispoziție soluții dezinfectante pentru mâini și a fost măsurată temperatura la intrare.

La ediția din 2020 au participat **72 de concurenți** (copii, adolescenți și adulți) și au fost expuse 300 de machete în concurs – modele de aviație, blindate și vehicule militare, nave, figurine, instantanee și diorame. Mai mult, au putut fi admirate piese aparținând colecției publice de istorie feroviară a României, modele feroviare interconectate și machete de locomotive funcționale. Foarte atractive au fost și modelele radiocomandate ce au făcut spectacol în bazinul cu apă din parcul expozițional.

Expoziția a fost vizitată de **500 de persoane**.

Mulțumim pe această cale Kaufland România care a făcut ca invitarea și participarea copiilor și tinerilor într-un cadru organizat la manifestările organizate de către Asociația Modelism Tomis, prin Cupa Tomis, să ducă la îndeplinirea unui obiectiv important al asociației noastre, și anume promovarea modelismului și dezvoltarea spiritului practic, al orizontului tehnic și de cultură generală în rândurile acestora.

GABRIEL EREMIA

Președinte



*buget necesar pentru organizarea proiectului

Asociația Centrul Step by Step pentru Educație și Dezvoltare

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Centrul Step by Step pentru Educație și Dezvoltare Profesională este promotorul principiilor educației timpurii de calitate și derulează proiecte pentru modernizarea educației și dezvoltare comunitară sustenabilă, proiecte menite să pregătească noile generații pentru confruntarea cu cea de-a IV-a revoluție industrială.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

13,5 mil. lei

DIN CARE

0,35% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

- **Diagnoza învățământului preuniversitar în contextul pandemiei COVID-19**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii / comportamentului

Cum s-a schimbat? *profunditatea 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*

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

DIAGNOZA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI PREUNIVERSITAR ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19



Proiectul, realizat în colaborare cu Școala Națională de Studii Politice și Administrative (SNSPA), Asociația Națională a Liceelor și Colegiilor Pedagogice și ReadyNation Ro, cu consultarea Federației Naționale a Părinților, a elaborat o prognoză ca suită de scenarii posibile și fezabile de organizare a învățării sistematice în învățământul românesc preuniversitar. Studiul are rol de suport științific necesar procesului decizional din Ministerul Educației și Cercetării din România, în baza analizei și a diagnozei multicriteriale a situației din învățământul preuniversitar românesc în perioada iulie-decembrie 2020.

Revelată și mai pregnant de criza sanitară, starea învățământului românesc, incapabil să garanteze dreptul fiecărui copil la educație, a arătat nevoia unui diagnostic în detaliu, de scenarii de acțiune pe timp de pace și pe timp de criză, de analize lucide și de propuneri de soluții pentru fiecare tip de situație în parte.

Proiectul s-a desfășurat la nivel național, a inclus informații și a validat soluții în toate liceele pedagogice din România (53 de unități de învățământ), rețeaua de școli și grădinițe cu predare în alternativa step by step.

Analiza vine în ajutorul decidenților politicilor de educație din România – Ministerul Educației și Cercetării, Centrul Național de Politici și Evaluare în Educație, inspectorate școlare, managementul instituțiilor de învățământ.

Beneficiarii indirecti ai proiectului sunt elevii și profesorii liceelor și colegiilor pedagogice din România, cei din școlile și grădinițele cu program step by step și, nu în ultimul rând, copiii din învățământul preuniversitar, managementul unităților de învățământ preuniversitar și profesorii lor (2.500.000 de copii și peste 200.000 de cadre didactice).

Cercetarea s-a desfășurat pe parcursul a 6 luni, iar procesul a constat în:

- Observație directă, chestionare, prelucrarea analizelor și referințelor existente în literatura de specialitate, analiza legislației naționale și internaționale;
- Consultarea principalelor categorii de actori implicați;
- Elaborarea de scenarii posibile de organizare a învățării în învățământul românesc preuniversitar cu începere din anul școlar 2020/2021;
- Validarea fezabilității scenariilor;
- Elaborarea materialului suport;
- Prezentarea rezultatelor, în primul rând către Ministerul Educației și Cercetării în vederea introducerii concluziilor în mecanismul de luare a deciziei.

În derularea cercetării au fost aplicate peste 1.500 de chestionare stakeholderilor din aria vizată de proiect.

Deschiderea și promptitudinea manifestate de compania Kaufland pentru susținerea financiară a unei cercetări care să sprijine procesul educațional în context pandemic a făcut ca, la începutul anului școlar 2020-2021, sistemul preuniversitar să își reia activitatea având o cunoaștere fundamentată științific a potențialelor riscuri și acțiuni ce trebuie întreprinse.



CARMEN LICĂ
Director Executiv

- Asociația Act for Tomorrow ...46
- Asociația Orașul Meu,
Culorile Mele ...49
- Asociația Institutul de
Cercetare în Permacultură
din România ...51
- ViitorPlus - Asociația pentru
Dezvoltare Durabilă ...55
- Asociația Ivan Patzaichin -
Mila 23 ...58
- Asociația Green Revolution ...62
- Fundația Alma Mater
Napocensis ...64

Mediu

8 ASOCIAȚII PARTENERE

11 PROIECTE

1.114.700 BENEFICIARI

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 2020

8,55 mil. lei

DIN CARE

60% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

- Acțiunea pentru Ape (A.P.A.)
- Green Events

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? *profundimea 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*

Nu este cazul

ACTIONĂM PENTRU APE (A.P.A.)



Lansat în 2019, programul Acțiunea pentru Ape (A.P.A.), dezvoltat de Asociația Act for Tomorrow și Kaufland România, a avut ca direcții strategice implicarea în prevenirea și combaterea poluării cu deșeuri a apelor din România, realizarea de studii privind poluarea acestora, campanii de educație la nivelul comunităților și de reciclare a deșeurilor, dar și integrarea unor noi tehnologii de valorificare a deșeurilor cu scopul de a facilita tranziția către o economie circulară.

Programul a luat naștere în contextul în care viața animalelor acvatice din apele României și sănătatea noastră sunt puse în pericol de poluarea cu deșeuri a Dunării și Mării Negre, aceasta fiind a doua cea mai poluată mare din Europa. Plasticul constituie 90% din deșeurile produse de oameni și descoperite în mediul marin. Conform datelor ONU, 1 milion de păsări marine și 100.000 de animale marine mor în fiecare an doar din cauza deșeurilor de plastic.

În 2020, în cadrul programului au fost dezvoltate o serie de soluții inovatoare în România pentru combaterea și prevenirea deșeurilor din ape:

- dezvoltarea primului sistem de infrastructuri de colectare separată a deșeurilor din România sub formă de animale marine gigant, reprezentând cele mai importante specii protejate din apele României (delfin, sturion, țestoasă). Cele **4 sisteme de colectare** au fost amplasate pe 3 cele mai importante plaje din stațiunile turistice de pe litoralul românesc: Plaja Reyna din Constanța, Plaja Nomad din Năvodari și Plaja Eminescu din Mangalia;
- dezvoltarea primei ambarcațiuni de colectare a deșeurilor din Ape, 100% electrică, dotată cu motoare Tesla și

panouri fotovoltaice;

- dezvoltarea campaniei de educație „Față în față cu deșeurile ape”, 11 imagini cu puternic impact vizual, care pun în oglindă cele mai importante specii de animale acvatice din Marea Neagră, Dunăre și Dobrogea, cu cele mai întâlnite deșeuri din ape.
- Ediția din 2020 a însemnat:
- peste **18,8 tone** de deșeuri au fost colectate (9 tone de pe litoral, prin sistemele de colectare separată și 9,8 tone în cadrul evenimentelor de ecologizare, din cele mai poluate râuri și lacuri din România)
 - 400 de voluntari au participat la cele **6 evenimente de ecologizare** organizate pentru curățarea de deșeuri a zonei Defileului Oltului, lacului Tăbăcării din Constanța, barajului și malurilor lacului de acumulare Golești (râul Argeș), plajei Reyna din Constanța, Insulei Mangaliei și a malurilor Dunării la Brăila
 - **2.146 premii** acordate de către echipele de voluntari turiștilor de pe litoral care au colectat peste 9 tone de deșeuri, care ulterior au fost reciclate
 - **1 campanie de conștientizare** împotriva poluării cu deșeuri a apelor din România „Față în față cu deșeurile din ape”, prin care românii au fost puși față în față cu deșeurile care pun în pericol viața animalelor acvatice. Prin această campanie, oamenii au fost îndemnați să spună „Stop deșeurilor din Ape!”, fiind ajutați de imaginile cu puternic impact vizual, care pun în oglindă cele mai importante specii de animale acvatice sau protejate din Marea Neagră, Dunăre și Dobrogea, cu cele mai întâlnite deșeuri din ape. Peste 1 milion de persoane au vizualizat campania de conștientizare în mediul online.

*Proiectele dezvoltate de Asociația Act for Tomorrow, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Mediu și Social

GREEN EVENTS

Green Events este un proiect de responsabilitate socială lansat de Act for Tomorrow și Kaufland România cu scopul de a contribui la educarea, colectarea și reciclarea deșeurilor în cadrul evenimentelor susținute de Kaufland. Astfel, asociația contribuie la educarea oamenilor de toate vârstele și îi încurajează să adopte obiceiuri sustenabile în cadrul petrecerilor, festivalurilor și altor evenimente culturale, le răsplătesc grija pentru natură și construiesc evenimente prietenoase cu mediul.

Nostalgia – În fiecare weekend din perioada iunie-septembrie 2020, echipa Act for Tomorrow și Kaufland Romania au invitat persoanele prezente la terasa Nostalgia Retro/Disco/Future din București să îmbine distracția cu grija pentru mediu și să se întoarcă împreună în anii copilăriei. Pe terasă au fost amplasate sisteme de colectare separate pe 4 fracții, iar persoanele care

alegeau să colecteze separate un număr de minim 3 deșeuri primeau o șansă de joc la Roata Reciclării, unde puteau câștiga premii precum Nostalgia Game Collection compus din cele mai dragi 3 jocuri ale copilăriei: Nu te supăra frate (varianta simplă și extinsă), Moara (Țintarul), Table și alte premii surpriză.

Rocanotherworld – asociația a pus la dispoziția participanților la festival soluții pentru colectarea separată a deșeurilor și le-a oferit premii cool și eco-friendly. Sub deviza „Reciclezi și câștigi”, fiecare participant care a colectat două deșeuri a avut șansa să câștige baterii externe cu acumulatori solari, măști de protecție reutilizabile și personalizate și energizante Crazy Wolf.

Protejarea mediului și susținerea comunităților reprezintă două dintre direcțiile strategice asumate de Asociația Act for Tomorrow. Alături de Kaufland Romania, printr-un parteneriat care durează deja de 3 ani, am reușit să dezvoltăm cel mai amplu Program de protejare a apelor din România, Acționăm pentru Ape – (A.P.A.), precum și cel mai simplificat program de finanțare dedicat ONG-urilor mici și instituțiilor neguvernamentale din România – Start ONG.

Ne bucurăm că prin aceste inițiativă unice în România contribuim la atingerea obiectivelor asumate prin strategia de responsabilitate socială a Kaufland România, cât și prin strategia REset Plastic, și că, alături de echipa Kaufland, luptăm zi de zi pentru a spune Stop plasticului din ape și pentru a aduce zâmbete și speranță pe chipurile persoanelor care au cea mai mare nevoie de sprijin.

ANDREI COȘULEANU

Președinte



Asociația Orașul Meu, Culoarele Mele

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este de a contribui la îmbunătățirea calității vieții copiilor și a familiilor de toate tipurile, din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

430.000 lei

DIN CARE

75% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Aruncă în siguranță

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii /
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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
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

ARUNCĂ ÎN SIGURANȚĂ



Pandemia COVID-19 a venit cu o serie de provocări nu doar din punct de vedere sanitar și economic, ci și din punct de vedere al mediului, odată cu necesitatea utilizării măștilor de protecție.

În 2020, cantitatea de măști de protecție folosite în lume a crescut de 207 ori față de 2019. Aruncarea acestora are efecte atât asupra mediului, prin poluarea cu plastic, cât și asupra sănătății noastre, prin crearea unor potențiale focare de infecții. Se estimează că 1,5 miliarde de măști de unică folosință vor ajunge în oceanele lumii, iar durata de viață a măștilor sanitare aruncate este de 450 de ani, fapt ce face ca ele să fie niște adevărate bombe cu ceas ecologice, mai ales în condițiile crizei climatice care afectează planeta de ceva vreme.

„Aruncă în siguranță” este un proiect pilot demarat în luna martie 2021 de Asociația Orașul Meu, Culorile mele, cu sprijinul Kaufland România, prin care măștile de unică folosință pot fi colectate, eliminate din mediu și valorificate energetic.

În prima fază, colectarea a fost disponibilă în cele 17 magazine Kaufland din București. Au fost colectate patru tipuri de măști: măștile de plastic de unică folosință, măștile FFP2, numite și N95, măștile FFP3 și măștile chirurgicale, dacă nu provin dintr-un mediu medical. Nu au putut fi colectate măști din material textil, confecționate acasă sau alte articole de protecție, deșeuri periculoase (ascuțite, inflamabile, reactive, corozive, toxice, infectate sau patogene), deșeuri medicale, baterii, recipiente sub presiune sau sticlă spartă.

În cele șase luni de desfășurare a proiectului, a fost atins obiectivul de a colecta **1 milion de măști de protecție**. Proiectul a avut **100.000 de beneficiari** direcți și indirecti.

Pentru partenerul nostru, Kaufland România, protecția mediului este un pilon important al strategiei de responsabilitate socială. Am colaborat în acest proiect pentru a oferi tuturor clienților Kaufland o opțiune sigură de a arunca măștile de unică folosință, pentru ca acestea să nu dăuneze mediului înconjurător.

LESTAT MONROE
Fondator

Asociația Institutul de Cercetare în Permacultură din România

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

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 2020

783.000 lei

DIN CARE

89% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

- Sol și Suflet
- Grădinescu

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? *profunditatea 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
Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare
Am început proiecte noi

SOL ȘI SUFLET



Institutul de Cercetare în Permacultură din România și Kaufland România au lansat proiectul Sol și Suflet, primul Centru Permanent de Inovare, Producție și Educație în Agricultură Regenerativă din România.

Prima fermă de agricultură regenerativă și centru educațional 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.

Viziunea proiectului este o rețea de ferme regenerative care au în comun un sistem etic de producere și desfacere a hranei cu un impact vizibil pozitiv asupra mediului și economiei, care determină o cultură vibrantă și o societate responsabilă.

Sol și Suflet 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. Sunt cultivate aproximativ două sute de soiuri de legume, verdețuri, plante aromatice și medicinale, produse crescute în sistem regenerativ organic, care sunt disponibile chiar din primăvara anului 2021.

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.

Incubatorul are forma unui program de internship plătit rezidențial, pe o perioadă de 6 luni. În paralel, ferma coordonează programe de voluntariat, tabere, cursuri și ateliere practice.

Site-ul fermei găzduiește Librăria de Resurse, o colecție de materiale educative video despre agricultura regenerativă, distribuit Open-Source.

La nivel mondial, sistemul alimentar emite aproape 30% din gazele cu efect de seră din atmosferă, folosește 70% din resursele de apă potabilă ale lumii și cauzează 78% din poluarea și eutrofizarea apelor. Studiile arată că agricultura convențională are impact negativ asupra schimbărilor climatice, generează pierderea biodiversității, degradarea terenurilor și inechitatea socială.

Agricultura regenerativă schimbă paradigma producției de hrană și propune soluții holistice care au un impact pozitiv vizibil din punct de vedere ecologic, economic și social: acordă o atenție sporită sănătății și fertilității solului, susține diversitatea speciilor, îmbunătățește calitatea vieții fermierilor și asigură bunăstarea animalelor.

În România, lipsa programelor educaționale legate de agricultura regenerativă, precum și barierele legislative și birocratice de care se lovesc potențialii noi fermieri, pot fi remediate de ferme incubator ca Sol și Suflet, care au capacitatea de a susține o nouă generație de agricultori sustenabili, și contribuie la răspândirea unui model de producție agricolă replicabil, scalabil, modular, la scară mare.

Ferma este localizată la 20 km Vest de Ploiești, în localitatea Vlădeni din județul Dâmbovița, pe un teren de 6 hectare protejat de pădure și râul Provița, în vecinătatea

rezervației de zimbri Neagra, care va conține:

- 10.000 m² de legume cultivate în câmp în sistem biointensiv;
- 10.000 m² de cultură mare;
- 5.000 m² pășune în sistem holistic management;
- 2.500 m² spațiu protejat (solarii și tunele Caterpillar);
- 300 m² seră pentru producție de răsaduri ecologice;
- 4.000 m² perdea forestieră de protecție;
- 350 m² de hală agricolă multifuncțională;

- Sistem de colectare și tratare a apelor gri;
- Centru Educațional Rezidențial și spațiu de evenimente;
- 1.000 m² zonă de camping;
- 1.000 m² de iaz destinat colectării apei pentru irigații;
- 7.000 m² de livadă mixtă intercalată;
- 200 m² de iaz pentru tratarea biologică a apelor pluviale.

În cadrul proiectului cei peste **500 de beneficiari** direcți au realizat peste **2.500 de ore de voluntariat**.



GRĂDINESCU



Grădinescu e un model de regenerare urbană ce exemplifică cum sisteme de permacultură, educație, economie circulară, energie și hrană se pot îmbina creativ într-o rețea de grădini urbane, care să aducă un plus de energie și vitalitate în viețile orășenilor.

Grădinile sunt concepute pentru a fi îngrijite de locuitori – prin participare și de echipa Grădinescu – prin expertiză, facilitare și cercetare.

În anul 2020, cele 20 de grădini din rețeaua Grădinescu s-au autoorganizat în jurul nevoii beneficiarilor de a petrece timp liber în natura de a grădini și de a-și crește singuri hrana, activități ce s-au dovedit esențiale și chiar terapeutice în contextul COVID-19.

Beneficiarii proiectului a fost în jur de **1.000 de persoane** care au lucrat propriu-zis în grădini.

Alături de Kaufland România suntem cu un pas mai aproape de un sistem regenerativ de producere și desfacere a hranei cu un impact vizibil pozitiv asupra mediului și economiei, care determină o cultură vibrantă și o societate responsabilă. Aceasta este viziunea noastră asupra agriculturii, iar alături de partenerii noștri de la Kaufland România credem că vom ajunge acolo.



IONUȚ BĂDICĂ
Președinte

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 2020

5 mil. lei

DIN CARE

12,8% 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
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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
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

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-triciclete 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.

România valorifica în 2019 doar 11,5% din deșeurile municipale prin reciclare, restul ajungând la gropile de gunoi neconforme, la incinerat sau în natură.

În 2020, echipa RECICLETA și-a concentrat eforturile pe:

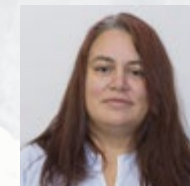
- mentenanța serviciului de colectare pentru cei **70.000 de locatari** din cele 600 de scări de bloc existente în sectorul 2;
- mentenanța proiectului de educație pentru colectare separată în cele 20 de licee și școli generale din sectorul 2, prin susținerea de sesiuni educaționale pentru aproximativ **10.000 de elevi**, cu scopul reducerii deșeurilor, refolosirii și colectării separate corecte a materialelor pentru reciclare;
- comunicarea generală a programului și a importanței reducerii consumului și a reciclării în mass-media și online;
- urmărirea atingerii sustenabilității pe termen lung, prin ajustarea ofertei de colectare pentru clienți firme din București, care plătesc serviciul de transport al materialelor reciclabile.

În 2020, asociația a colectat peste **80.000 de kilograme de materiale reciclabile** în recipientele de colectare special amplasate în scările de bloc și școli, un serviciu oferit gratuit și constant, folosind transport nepoluant.

În plus, dat fiind contextul sanitar neprevăzut din anul 2020, susținerea Kaufland România pe perioada stării de urgență a fost esențială în menținerea serviciilor de colectare materiale reciclabile la un nivel optim pentru beneficiarii programului.

Într-o perioadă foarte delicată, parteneriatul strategic cu Kaufland România a însemnat garanția menținerii serviciului de colectare Recicleta pentru cei peste 70.000 de beneficiari direcți ai programului. După 4 ani de parteneriat, am menținut serviciul gratuit de colectare la cele 600 de scări de bloc și 20 de unități de învățământ. Datorită parteneriatului cu Kaufland România, am dispus în continuare de resursele necesare pentru consolidarea modelului inovator de colectare separată cu cargo-triciclete și mașină utilitară electrică. Această perioadă a fost favorabilă însă educației pentru mediu și comunicării directe cu beneficiarii existenți astfel încât materialele care ajung la reciclare să fie cât mai corect separate.

Experiența de peste 11 ani în domeniul producției și consumului durabil ne-a recomandat ca un partener real de discuție și consultare cu reprezentanții din administrațiile locale. Suntem încrezători că RECICLETA este o soluție ecologică și viabilă, un model de bună practică, pentru transportul materialelor pe distanțe scurte în orașe.



GABRIELA IORDAN
Președinte ViitorPlus

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 2020

600.000 lei

DIN CARE

1,7% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Caravana Apele Unite ale României

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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 întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

CARAVANA APELE UNITE ALE ROMÂNIEI



Asociația și-a propus să protejeze biodiversitatea culturală și naturală a zonelor cu ape din România, cu un accent important pe necesitatea democratizării apelor, să readucă în actualitate tradițiile românești, să promoveze profilul cultural și pe cel natural ale Deltei Dunării și al altor zone cu apă din România și să încurajeze un stil de viață sănătos prin practicarea mișcării și sporturilor în aer liber. Asociația dezvoltă programe de antreprenariat social pentru a susține, cu know how și investiții, zonele subdezvoltate din Delta Dunării și parcurile naturale din țară, aceste proiecte servind drept modele de bune practici pentru un antreprenariat social de succes. De cele mai multe ori, proiectele conțin o componentă educativă puternică, promovând și explicând noțiuni moderne, precum ecoturismul, turismul cultural, turismul de aventură, turismul sportiv, turismul responsabil, turismul lent și dezvoltarea durabilă.

Prin intermediul campaniei 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 orașe, jucând un rol important în viața cotidiană. Pe măsură ce orașul a 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 orașului.

Insistând asupra conceptului de râu ca sursă, campania Apele Unite ale României vrea să ducă mai departe ideea democratizării acestuia, să omagieze relația universală om-apă și 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.

Tulcea este locul unde Asociația Ivan Patzaichin – Mila 23 petrece începutul de toamnă, alături de participanții la RowmaniaFEST – Festivalul Internațional al Bărcilor cu Vâsle.

Cea de-a 10-a ediție a RowmaniaFEST, care a fost amân timer pentru 2021 din cauza situației inedite pe care o traversăm, nu putea trece totuși nemarcată. În același timp, pentru a fi alături de Delta de ziua ei (1 septembrie – Ziua Rezervației Biosferei Delta Dunării), între 1 și 5/6 septembrie, Asociația Ivan Patzaichin, cu sprijinul Kaufland România, a organizat o caravană de aproape **100 de persoane**, în peste 25 de ambarcațiuni (canotci, caiace, plăci de SUP), ce au parcurs aproximativ 100 km între Tulcea și Sf. Gheorghe pe brațul sudic al Dunării, în prima Caravană Apele Unite ale României.

lubitorii de aventuri și plimbări pe apă au fost invitați să se alăture cu propriile ambarcațiuni cu vâsle și propriile corturi pentru a descoperi împreună, în tihnă, minunile Deltei.

Printre activitățile turei s-au numărat:

- vâsli pe canalele Dunării
- gastronomie pescărească de refugiu, servită pe malul apei
- birdwatching
- concert de muzică tradițională lipovenească
- lecții practice despre:
 - cum se mănâncă ciulinele de baltă, castana Deltei
 - zone ale Deltei în care accesul este interzis, cum le vizităm de departe și de ce sunt ele mai valoroase dacă nu intrăm în ele
 - impactul gunoaielor aduse de apele ce trec prin Deltă și ajung în mare
 - specii de pește al căror pescuit a fost interzis, deși în trecut acestea se găseau din abundență
 - resurse naturale ale Deltei care nu sunt valorificate
 - demonstrații de vâsli pe placa de SUP
 - demonstrații de scufundări în Deltă cu un echipament minimal

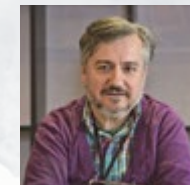
Nevoia caravanei, într-o perioadă în care lucrurile sunt altfel pentru noi toți, a venit din dorința de a nu pune pe pauză promovarea unor valori și concepte de care România are nevoie mai mult ca oricând: continuarea creșterii active a vizibilității la nivel național și internațional asupra turismului sustenabil în general, și promovarea Deltei Dunării ca destinație de ecoturism, a mișcării în aer liber și a potențialului turistic al României, precum și sprijinirea comunităților din Deltă pentru o dezvoltare durabilă, cu accent pe importanța apei în viața de zi cu zi.

Mai mult, în contextul generat de pandemie, în care călătoriile au fost restricționate, mulți români s-au orientat spre descoperirea obiectivelor turistice naturale din țară, fără a se gândi însă și la impactul lor asupra habitatelor pe care le vizitează. De exemplu, în Delta Dunării una din principalele surse de venit este turismul, localnicii depinzând de el pentru supraviețuire. Cu toate acestea, este absolut necesar să luăm în considerare și efectele pe termen lung ale felului în care omul alege să interacționeze cu natura. Chiar dacă turismul de masă, care nu acordă o grijă deosebită habitatelor Deltei, poate aduce venituri rapide pe termen scurt și chiar dacă contactul turistului cu mediul este unul de scurtă durată, impactul pe termen lung asupra mediului este mare și poate duce la dispariția Deltei așa cum o știm acum, odată cu distrugerea habitatelor naturale protejate.

De aceea, caravana i-a îndemnat pe cetățeni să își îndrepte atenția către mediu și către dezvoltarea durabilă a zonelor cu apă din România. Caravanei Apele Unite ale României a fost un exemplu de bune practici – cunoaștere responsabilă a Deltei în ritm de pagaie. Prezintă exemple pentru practicarea turismului responsabil, făcut cu grijă pentru mediu și cu respect față de biodiversitate, o lecție despre cum trebuie vizitată Delta Dunării și despre ce poate oferi un astfel de traseu. Aceste valori trebuie să devină evidente nu doar pentru participanți, cât și pentru publicul larg, ajutându-l să înțeleagă mai bine impactul unei vizite în Deltă și să conștientizeze că doar dacă ai grijă acum de locul în care ai ajuns vei putea, și pe viitor, să ai parte de o experiență similară sau chiar îmbunătățită.

A prezentat modele de creștere a profilului identitar și turistic al României prin dezvoltarea de trasee pe ape, asistate de construirea de infrastructură necesară desfășurării lor. Promovează potențialul cultural și economic al apelor și pune la dispoziția localnicilor idei verificate de valorificare a acestuia. Diverse comunități din țară ar putea avea de câștigat dacă aplică local un astfel de exemplu: prin întâlnirea profilului identitar (turism istoric sau de sport/ aventură, cultură, tradiții) și valorificarea potențialului economic al unor ape curate (mediu, estetic), îngrijite (infrastructură), protejate împotriva riscului la inundații (obiective economice).

Caravana Apele Unite face parte din platforma Apele Unite ale României pe care Asociația Ivan Patzaichin – Mila 23 a lansat-o acum doi ani. Platforma a strâns în jurul ei un număr mare de parteneri preocupați de impactul apelor în viața cetățenilor. Kaufland România s-a alăturat campaniei de la începuturile ei, iar în 2020 ne-a ajutat să ne adaptăm și să ducem mai departe proiectele, având în același timp grijă unii de alții.



Prima ediție a caravanei Apele Unite a îmbinat voia bună și spiritul de aventură cu lucruri mai serioase, și anume conceptele de turism responsabil și dezvoltare durabilă. Pentru noi, Asociația Ivan Patzaichin, dezvoltarea durabilă înseamnă întoarcere la tradiție dintr-o perspectivă contemporană, în care folosim tradiția pentru a construi un model actual și extrem de interesant care ține cont și de un echilibru între natură și noi, oamenii care ne bucurăm de ea.

Suntem recunoscători că am găsit în Kaufland România un partener cu o viziune similară, care ne-a sprijinit să facem ca ideile noastre să devină realitate, pentru că, la rândul nostru, să ajutăm câți mai mulți oameni să se bucure de apele României.

TEODOR FROLU

Vicepreședinte Asociația Ivan Patzaichin – Mila 23

Asociația Green Revolution

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

În orașele României fiecare cetățean trebuie să se bucure de un mediu curat. Comunitățile și autoritățile trebuie să fie angajate, încontinuu, în sprijinul dezvoltării durabile a mediului urban.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,4 mil. lei

DIN CARE

9,94% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● I'Velo Urban

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

S-a produs o îmbunătățire

A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA

PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*
Servicii noi sau îmbunătățite

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 fost nevoiți să reducem numărul de angajați

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare



I'VELO URBAN



I'Velo Urban este singurul proiect de bike-sharing & e-scooter sharing automatizat din București. Rețeaua acoperă zona centrală a Capitalei și principalele puncte de interes și acces la alte mijloace de transport în comun.

Proiectul funcționează în București 365 de zile pe an, oferind acces 24/7 tuturor cetățenilor care s-au înrolat în sistem prin aplicația mobilă. Sprijinul Kaufland România a însemnat mentenanța a 2 din cele 16 stații – Tunari și Barbu Văcărescu – și suport pentru dezvoltarea și actualizarea aplicației mobile. **5.000 de persoane** au închiriat biciclete din cele două stații.

În contextul COVID-19, proiectul a fost cu atât mai apreciat de către oameni, fiind un mijloc de transport sigur, ce garantează distanțarea socială și o modalitate de mișcare sănătoasă pentru combaterea sedentarismului din perioada de lockdown.

În 2020, 38.660 de persoane au beneficiat de proiectul I'Velo Urban.

Impactul proiectului I'Velo, dublat de relevanța acestuia în perioada pandemiei, a arătat atât la nivel de cetățean, dar și la nivel de autoritate centrală și locală că bicicleta este parte integrantă în mixul modal de transport și contribuie activ atât la țintele de decarbonizare ale traficului (țintă a UE de 90% până în 2050), cât și la sănătatea publică.

Credem în puterea exemplului pozitiv și am găsit în partenerii de la Kaufland România optimismul, sprijinul și excelența în leadership de care societatea civilă are nevoie. Susținerea proiectului I'Velo înseamnă susținerea vieții pe care decidem să o avem în orașe: este momentul să prioritizăm omul în orașele noastre și nu mașinile.

RALUCA FIȘER
Președinte



Fundația Alma Mater Napocensis

○ partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Scopul principal al Fundației „Alma Mater Napocensis” este sprijinirea procesului de învățământ, a cercetării și a administrației, cât și a unor obiective sociale sau umanitare și de interes general comunitar.

NR. PROIECTE

1

● Laboratorul de Management Integrat al Deșeurilor

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? *profundimea impactului*

S-a produs o îmbunătățire
A generat o transformare

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA

PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*
Servicii noi sau îmbunătățite

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

LABORATORUL DE MANAGEMENT INTEGRAT AL DEȘEURILOR



Fundația „Alma Mater Napocensis” este o organizație cu profil cultural, social, științific, de servicii comunitare și transfer tehnologic, având ca fondator unic Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca.

Studentii Facultății de Știința și Ingineria Mediului beneficiază, începând din 2020, de Laboratorul de Management Integrat al Deșeurilor, cu sprijinul Kaufland România. Acesta este primul laborator finanțat de companii private în cadrul facultății, unde studenții au oportunitatea de a învăța și a se perfecționa în modalități de gestionare corectă a deșeurilor, care vor avea ca rezultat reducerea impactului acestora asupra mediului.

Dotarea noului laborator a fost realizat cu sprijinul Kaufland România și al grupului de firme din Prinzhorn Group – Dunapack Packaging și Hamburger Recycling, care se ocupă cu confecționarea de ambalaje și gestionarea – reciclarea deșeurilor.

Cea mai importantă achiziție a laboratorului este digesterul anaerob la scara de laborator W8, Armfield, aparat care este folosit la studierea proceselor de biodegradare anaerobă a deșeurilor organice (inclusiv deșeuri alimentare). Pe lângă acest aparat s-au mai achiziționat și următoarele echipamente: Multiparametrul WTW 3630 IDS SET G, Termoreactorul pentru determinarea consumului chimic de oxigen (CCO), Sistemul cu senzor respirometric și incubatorul aferent pentru determinarea conținutului biochimic al oxigenului (CBO), Titratorul potențiometric – Model titroline5000, pentru determinarea acizilor volatili și aparatul portabil de măsurare a emisiilor in-situ.

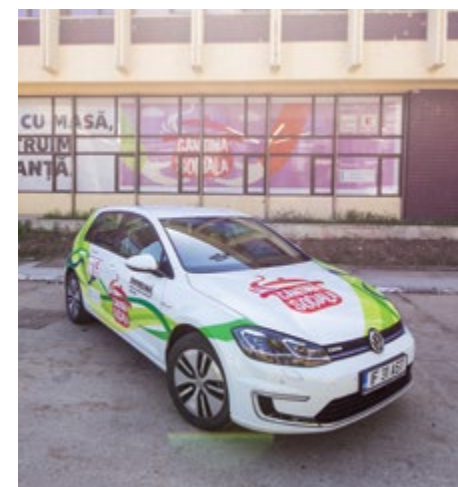
500 de studenți vor beneficia de noul laborator.

DONAȚIE MAȘINI ELECTRICE



Protecția mediului înconjurător este unul din pilonii strategiei de responsabilitate socială a companiei, iar acest lucru se traduce nu numai prin susținerea proiectelor în acest domeniu, ci și prin încurajarea și promovarea unui comportament responsabil.

Drept urmare, Kaufland România a continuat tradiția ultimilor cinci ani și a donat 4 mașini electrice partenerilor săi din sectorul neguvernamental – Asociația Act for Tomorrow, Asociația Carusel, Asociația Șansa Ta și Asociația Speranță pentru Copii.



Asociația Șansa Ta ...70

Fundația Hope and Homes for Children România ...73

Asociația SOS Satele Copiilor Romania ...77

Fundația Regală Margareta a României ...80

Organizația Salvați Copiii ...82

Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuția Alimentelor ...89

Asociația OvidiuRo ...91

Asociația Reality Check ...93

Asociația Industriei Creative ...96

Fundația Inovații Sociale Regina Maria ...100

Asociația SOMARO - Magazinul Social ...102

Asociația Sister ...104

Asociația Carusel ...107

Asociația Little People Romania ...110

Organizația Umanitară CONCORDIA ...113

Asociația Cauza Bună ...115

Fundația Noua Generație ...117

Asociația Magic ...119

Asociația More than a Smile ...121

Fundația Filantropică Metropolis ...123

Asociația Pava Kulinariqum ...126

Asociația Speranță pentru Copii ...128

Asociația Accept ...130

Asociația Touched România ...132

Fundația Viață și Lumină ...134

Fundația de Sprijin Comunitar ...134

Fundația Comunitară Alba ...136

Asociația Geeks for Democracy ...137

Asociația Act for Tomorrow ...138

Social



38 ASOCIAȚII PARTENERE

55 PROIECTE

140.953 BENEFICIARI

Asociația Șansa Ta

© partener comunitar de tradiție

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.

NR. PROIECTE

6

- Cantina socială
- Zâmbetul din cutie
- Rechizite pentru viitorul tău
- O șansă caldă
- Tabăra din viața ta
- Să construim speranțe împreună - centru de zi Șansa Ta

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? *profundimea 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*
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

Obiectivele Asociației Șansa Ta 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 2020 care să vină în sprijinul persoanelor defavorizate:

● Zâmbetul din cutie

Proiectul, aflat deja la a X-a ediție, presupune colectarea de cadouri, ambalate în cutii de pantofi, pentru copiii care au o situație materială precară. În perioada noiembrie-decembrie 2020, copii din 35 de școli din București au adunat cutiile de pantofi care au ajuns la **8.000 de copii** defavorizați din 20 de sate sărace ale țării.

● Rechizite pentru viitorul tău

Proiectul are ca scop prevenirea abandonului școlar și se adresează copiilor care luptă să nu abandoneze școala. De cele mai multe ori, copiii din medii defavorizate își doresc să meargă la școală, însă nu au nici măcar rechizitele de bază de care au nevoie.

În 2020, asociația a oferit ghiozdane și rechizite școlare pentru **200 de copii**.

● O șansă caldă

Proiectul funcționează din anul 2011 și are scopul de a ajuta persoanele fără adăpost din zona Gării de Nord, cărora asociația le oferă săptămânal o masă caldă. În 2020, peste **200 de persoane** au beneficiat de această inițiativă.



● Tabăra din viața ta

În perioada iunie - septembrie 2020, peste **60 de copii** din centre de sociale și din familii defavorizate s-au bucurat de o tabără la mare, în Eforie Nord.

● Să construim speranțe împreună - centru de zi Șansa Ta

Centrul de zi de la Bilciurești, construit de asociație, reprezintă o formă de suport activ acordat copiilor ce provin din familii defavorizate, orfani, cu handicap, ale căror venituri sunt insuficiente pentru acoperirea nevoilor minime. Asociația asigură, prin acest centru, asistență și protecție socială, asistență psihologică, consiliere familială, asistență și îngrijire medicală, educație școlară.

În 2020, Kaufland România a sprijinit centrul atât cu produse alimentare, cât și cu materiale sanitare pentru prevenția răspândirii virusului.

CANTINA SOCIALĂ



Kaufland România și Asociația Șansa Ta au lansat prima Cantină socială dedicată sprijinirii persoanelor defavorizate, prin intermediul căreia oferă mese comunitare persoanelor fără adăpost și familiilor cu venituri mici.

Acțiunea este o premieră, un model de parteneriat privat cu societatea civilă, ce vine în sprijinul persoanelor defavorizate și contribuie la diminuarea risipei alimentare.

Cantina socială și-a deschis oficial porțile în februarie 2021, în incinta Griro Tower din Calea Griviței nr. 355-357, sector 1, București, după o perioadă de test de două săptămâni.

Zilnic, de luni până vineri, sunt pregătite aproximativ 500 de porții de mâncare caldă de către personalul specializat, ce sunt distribuite de reprezentanții Asociației Șansa Ta către persoane vulnerabile și către ONG-uri partenere aflate în legătură cu acestea.

Kaufland România asigură toate produsele necesare pentru prepararea meselor comunitare. O parte din alimente provin din stocurile aflate în vânzare accelerată, iar meniul zilnic este stabilit urmărind folosirea optimă a tuturor resurselor.

Persoanele fără adăpost, dar și familiile cu venituri mici, pot beneficia în fiecare zi, de luni până vineri, de o masă caldă, pregătită special în Cantina socială. Beneficiarii trebuie să fie înscrși în evidența Asociației.

Spațiul cantinei respectă cele mai înalte condiții igienico-sanitare și dispune de toate dotările necesare, fiind compus din bucătărie, unde depozitează și pregătesc mesele comunitare oferite, zonă administrativă și cameră tehnică, vestiare pentru femei și bărbați, dar și o zonă de servit cu mese și scaune pentru aproximativ 70 de persoane, ce este disponibilă în funcție de restricțiile în vigoare.

Bucătăria este utilată cu echipamente de gătit moderne: cuptoare, plite, mașini pentru gătit (curățat, tocat, paste, etc.), frigider, vitrine, camere pentru depozitare. Printre facilitățile disponibile se numără și sistemele de siguranță, instalații sanitare și de ventilație noi, vestiare cu dușuri, spălătorie pentru echipamentul de lucru, toalete pentru beneficiari, lift pentru persoanele cu dizabilități, dar și o parcare cu 20 de locuri și o zonă de recepție a mărfii.

Risipa alimentară este o problemă globală cu consecințe complexe, iar misiunea Kaufland România este ca prin acest proiect să utilizeze inteligent toate resursele de care dispune. Compania și-a propus ca până în 2023 să reducă cu până la 50% risipa alimentară din toate magazinele și să crească nivelul de conștientizare al acestui fenomen și în rândul consumatorilor.

Colaborarea cu Kaufland România este una din cele mai bune și de durată acțiuni, care a adus schimbare în viațile beneficiarilor noștri. Sunt alături de noi încă din 2014 și au investit în proiectele noastre, motiv pentru care dorim să le mulțumim pentru încrederea acordată. Împreună reușim să schimbăm în bine lumea în care trăim.

GABRIEL CIUBOTARU
Președinte

Fundația Hope and Homes for Children România

© 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 2026 și găsirea unei soluții de tip familial pentru fiecare copil.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

20,8 mil. lei

DIN CARE

2,5% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

3

- Construcția a două case de tip familial în județul Iași
- Construcția a trei case de tip familial în județul Neamț
- Dezvoltarea primului Centru de Tranzit din Botoșani

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? *profunditatea 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*
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Sărăcia extremă este principalul motiv al separării copilului de familie. Fără o rețea de suport, părinții ajung într-un moment de criză extremă și decid să își lase copiii în grija statului, unde vor avea 3 mese calde și un acoperiș deasupra capului. Dar vor fi privați de afecțiune și de atașamentul care îi transformă în adulți integrați social și profesional. În următorii 5 ani, asociația și-a propus să contribuie la închiderea tuturor centrelor de plasament din România, să prevină separarea de familie a peste 4.000 de copii și să sprijine integrarea socio-profesională a 1.000 de tineri care au crescut în grija statului.

CENTRUL DE TRANZIT PENTRU TINERII CARE PĂRĂSESC SISTEMUL DE PROTECȚIE DIN BOTOȘANI



Insertia socio-profesională a tinerilor care părăsesc sistemul este o componentă esențială a reformei sistemului de protecție a copilului din România. Inițiativa Hope and Homes for Children de a construi centre de tranzit pentru tinerii care părăsesc sistemul de protecție a copilului a pornit de la lipsa severă a sprijinului din partea statului pentru acești tineri. Nepregătiți și ajunși pe cont propriu după o viață petrecută în instituție, ei nu sunt capabili să facă față sarcinilor de zi cu zi. Au abilități de comunicare slab dezvoltate, stimă de sine redusă, probleme de comportament și de atitudine. Întâmpină dificultăți în formarea de relații semnificative și riscă să fie exploatați, pentru că sunt vulnerabili.

În decembrie 2020, Hope and Homes for Children și Kaufland România au început lucrările de construcție pentru primul Centru de Tranzit, Asistență și Consiliere din județul Botoșani. Centrul va include 10 garsoniere în care tinerii care părăsesc sistemul de protecție vor beneficia de cazare pe o perioadă cuprinsă între 6 și 24 de luni și are scopul de a rezolva problema critică a locuirii, dar și a asistării tinerilor vulnerabili privind integrarea socială, formarea profesională și accesul pe piața muncii.

Proiectul se desfășoară în parteneriat cu Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Botoșani și cu Consiliul Județean Botoșani.

CONSTRUCȚIA A TREI CASE DE TIP FAMILIAL ÎN JUDEȚUL NEAMȚ



Parteneriatul dintre Hope and Homes for Children și Kaufland România pentru copii vulnerabili din județul Neamț însumează o valoare a investițiilor de 620.000 de euro pentru construirea a 3 case de tip familial care susțin închiderea Centrului de Plasament „Elena Doamna” din Piatra Neamț, prin programul de prevenire a separării copilului de familie și pentru susținerea tinerilor care părăsesc sistemul de protecție, prin servicii de integrare socio-profesională.

Hope and Homes for Children a început procesul de închidere a centrului de

plasament „Elena Doamna” în anul 2016, în parteneriat cu Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Neamț și Consiliul Județean Neamț. În centru locuiau atunci 108 copii tipici și cu nevoi speciale, pentru care a fost nevoie să se identifice soluții alternative de locuire - printre care și cele 2 case de tip familial ridicate cu susținerea Kaufland România: casa Felicia din Piatra Neamț (în 2019) și în martie 2021, casa Ștefan din Săvinești. Terenurile au fost puse la dispoziție de Consiliul Județean Neamț.

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.

Parteneriatul dintre Hope and Homes for Children și DGASPC Iași pentru închiderea Centrului de Plasament „Ion Holban” a fost inițiat în anul 2014. În prezent, în acest centru locuiesc 65 de copii, fiecare copil fiind evaluat individual de către specialiștii Hope and Homes for Children și de către specialiștii DGASPC, în încercarea de a găsi alternativele de locuire și îngrijire cele mai potrivite după închiderea centrului.

Până la finalul anului 2021, 12 dintre copii se vor muta în prima casă de tip familial dezvoltată de Hope and Homes for Children și Kaufland România. Alți 12 copii se vor muta în cea de a doua casă de tip familial din Iași care urmează să fie construită.



Reforma sistemului de protecție a copilului este un proces complex, pe termen lung, cu multe provocări și mai ales cu o nevoie continuă de intervenții. Este deja al șaselea an consecutiv în care Kaufland România sprijină cei mai vulnerabili copii ai României, cu o investiție totală de peste 2 milioane de euro în construcția de case de tip familial, în prevenirea separării copiilor de familie și în susținerea tinerilor care părăsesc sistemul de protecție, la 18 ani. În 2020 am început, alături de Kaufland, și construcția celui de-al doilea centru de tranzit pe care îl ridicăm împreună pentru acești tineri, la Botoșani. Kaufland România, vă mulțumim, în numele tuturor acestor copii, pentru că ne sunteți partener principal în misiunea pe care împreună ne-am asumat-o: dreptul pe care fiecare copil îl are la o familie și la un start corect în viață.



ȘTEFAN DĂRĂBUȘ

Director de Programe, Hope and Homes for Children

Asociația SOS Satele Copiilor România

© partener comunitar de tradiție

**NECESAR DE
FINANȚARE
AL ASOCIAȚIEI
ÎN 2020**

19,9 mil. lei

DIN CARE

1,8% 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? *profundimea 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*
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

Obiectivul asociației este menținerea copiilor în familie, acolo unde există un mediu sănătos și iubitor. Pentru a își atinge acest obiectiv, asociația abordează probleme precum numărul mare de copii în instituții de tip vechi, numărul mare de copii separați de părinți din cauza sărăciei, abandonul școlar și părăsirea timpurie a școlii, rata mare de mortalitate infantilă, numărul mare de copii afectați de violență, numărul mare de sarcini la adolescente, creșterea numărului de copii în situații de risc în contextul pandemiei.

CREȘTEM OAMENI MARI



Cu sprijinul Kaufland România, asociația a acoperit integral cheltuielile care țin de creșterea, îngrijirea și educarea a 30 de copii aflați în 6 case de tip familial din țară. Astfel, cei **30 de copii** 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 deasupra capului pot fi uitate.

Prin asigurarea unui mediu stabil 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. Cele 6 case de tip familial se află în București, Cislădie și Bacău.

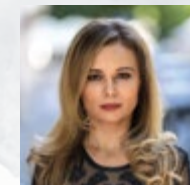
SUSȚINE CAMPIONII DE LA SOS



Copiii abandonați cresc cu 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. Sportul îi ajută însă să depășească aceste traume.

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 **61 de copii** care practică un sport de performanță: baschet, balet, capoeira, dansuri, fitness, fotbal sau care sunt înscrși la Naționala SOS, echipa SOS Satele Copiilor. Prin componenta de terapie psihologică prin sport, asociația le asigură copiilor șansa de a își optimiza potențialul fizic, tehnic și tactic obținut în procesul de pregătire sportivă, astfel oferindu-le șansa să ajungă la un echilibru interior.

Anul 2020 este dovada că, împreună, putem trece peste cele mai dure provocări. Mulțumim din inimă pentru încă un an în care am putut oferi împreună copiilor tot ce au avut nevoie, fie că vorbim de siguranță, de educație și școală în format online sau de menținerea echilibrului emotional. Pentru al 7-lea an la rând, Kaufland România oferă copiilor din 6 căsuțe SOS o copilărie cu iubire, cu joacă, cu încredere și cu un „acasă”, de unde pleacă în viața independentă. Să ne bucurăm împreună de performanțele lor, de cum cresc frumos și echilibrat, de cum trec, unul câte unul, la noi etape din viața lor.



DIANA PODARU

Director General SOS Satele Copiilor România



Fundatia Regală Margareta a României

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Fundației este ca România să își atingă adevăratul potențial și toți cetățenii ei să se respecte reciproc și pe ei înșiși.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

4,9 mil. lei

DIN CARE

7% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

● Voluntari pentru Vârstnici

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? *profunditatea 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

VOLUNTARI PENTRU VÂRSTNICI



Declararea pandemiei și impunerea măsurilor de carantină a însemnat, printre multe altele, și apariția unor situații speciale, mai ales în rândul persoanelor vulnerabile. Pe fondul riscului mult mai mare de îmbolnăvire, dar și al faptului că mulți trăiesc singuri, vârstnicii au reprezentat, încă de la începutul crizei, categoria cea mai vulnerabilă.

Deoarece mare parte din aceștia nu puteau comanda și plăti online, întrucât au competențe digitale reduse, fundația a venit în sprijinul lor și a demarat o amplă campanie de voluntariat, în parteneriat cu Kaufland România, cu sprijinul Glovo. Acest nou serviciu, creat special pentru a deservi persoanele

de peste 65 de ani și pe cele cu dizabilități, le-a permis plasarea telefonică a comenzii printr-o linie dedicată, livrarea acestora la domiciliu prin serviciu gratuit, precum și plata cumpărăturilor numerar la primire.

În cele patru luni – martie-iunie 2020 – proiectul a însumat:

- peste 200 voluntari în magazinele Kaufland din 14 localități au procesat 4.200 de comenzi
- peste **2.500 de seniori** ajutați cu livrarea cumpărăturilor acasă în perioada stării de urgență
- peste 7.850 de ore de voluntariat

Proiectul Voluntari pentru Vârstnici a fost creat în contextul stării de urgență pentru a răspunde nevoilor urgente ale seniorilor aflați în situații dificile de viață și afectați de izolarea socială. Știam că 1 milion de vârstnici locuiesc singuri și am realizat încă de la început că pandemia și noua realitate creată de această situație înseamnă reale provocări pentru persoanele în vârstă. Izolarea socială a însemnat pentru mulți vârstnici singurătate și lipsa accesului la servicii, iar pentru cei mai vulnerabili, chiar supraviețuirea a devenit o problemă.

Alături de Kaufland, le-am răspuns cu suflet vârstnicilor din România și am inițiat într-un timp record un proiect național de voluntariat care a implicat peste 200 de voluntari în 14 orașe din țară pentru a facilita seniorilor cumpărăturile livrate gratuit acasă, prevenind astfel expunerea lor și sprijinind distanțarea socială.



IOANA PETREA

Director Comunicare și Fundraising

*Proiectele dezvoltate de Fundația Regală Margareta a României, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Cultură

Organizația Salvați Copiii

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Salvați Copiii este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viață, protecție, dezvoltare și participare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

35 mil. lei

DIN CARE

8,45% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

4*

- Educație pentru toți copiii
- Educație și protecție pentru copii cu părinții plecați la muncă în străinătate
- Sprijin material de urgență pentru copii vulnerabili
- Salvez cu povești

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? *profundimea 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
Efort mai mare și timp suplimentar al echipelor din proiecte pentru adaptarea activităților noului context; necesitatea decalării unor activități în funcție de deciziile autorităților

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, traficul și consumului de droguri, protecția împotriva discriminării, reducerea mortalității infantile, precum și protecția în mediul online.

EDUCAȚIE PENTRU TOȚI COPIII



Proiectul, desfășurat în perioada martie 2020 – februarie 2021, și-a propus facilitarea accesului la educație a copiilor și diminuarea abandonului școlar în București și alte 5 locații (București, Craiova, Reșița, Târgu Mureș și Constanța) prin implementarea unui pachet de servicii educaționale și sociale care să răspundă cât mai concret nevoilor copiilor din grupuri vulnerabile.

După apariția pandemiei, activitățile s-au desfășurat online sau cu prezență fizică, în funcție de contextul epidemiologic. Echipele Salvați Copiii au intervenit și au oferit sprijin direct, tichete sociale menite să asigure supraviețuirea copiilor ai căror părinți au rămas fără loc de muncă, tablete cu internet inclus, rechizite și materiale igienico-sanitare, toate acestea strict necesare pentru ca familiile să depășească situația fără precedent în care se găseau. Pe lângă suportul oferit copiilor și familiilor, cadrele

didactice au fost sprijinite pentru a putea să utilizeze tabletele și să predea online.

Toate activitățile au fost organizate cu respectarea legislației în vigoare, cu grupe mici de copii, preponderent în are liber și în deplină siguranță din punct de vedere al distanțării fizice și al utilizării de măști de protecție și dezinfectanți.

Beneficiarii direcți ai proiectului au fost **300 de copii** aflați în dificultate (copii neșcolarizați sau care au abandonat timpuriu școala, copii cu dificultăți de integrare școlară, copii cu părinți plecați la muncă în străinătate, copii din familii cu dificultăți financiare majore, copii exploatați economic, copii abuzați/ neglijanți) și familiile acestora repartizați astfel: 220 dintre copii incluși în programul Școală după Școală; 80 dintre copii incluși în programul de Grădiniță Estivală; **150 specialiști instruiți**.

Beneficiari indirecti: **4.000 de copii** beneficiari

ai serviciilor specialiștilor instruiți.

Rezultate atinse:

- 6 grupe de tip Școală după Școală au fost organizate în București (2 centre), Craiova, Reșița, Târgu Mureș și Constanța;
- 4 grupe de pregătire preșcolară pentru copiii care nu au frecventat grădinița au fost organizate în București, Craiova, Reșița și Târgu Mureș;
- 80 de copii au participat la Grădinițe estivale;
- 220 de copii au participat la programul Școală după Școală;
- sprijin material pentru 300 copii;
- 150 specialiști formați pentru lucrul online.



Rezultate calitative - toți copiii au reușit să depășească temerile și să traverseze cu bine perioada de constrângeri și de izolare. Aceștia au reușit să parcurgă materia și să nu înregistreze abandon școlar sau corigențe.

Activitățile derulate de Salvați Copiii cu sprijinul Kaufland România au contribuit la diminuarea deprinderii materiale în rândul copiilor și familiilor, creșterea calității vieții copiilor, prevenirea și reducerea abandonului școlar în rândul copiilor din comunități defavorizate. Asigurarea suportului financiar prompt de către Kaufland România a dus la prevenirea riscului de abandon familial și școlar care ar putea avea, pe termen lung, implicații negative asupra formării profesionale viitoare a copiilor și integrării sociale.



EDUCAȚIE ȘI PROTECȚIE PENTRU COPII CU PĂRINȚII PLECAȚI LA MUNCĂ ÎN STRĂINĂTATE



În România, conform ultimelor statistici ale ANPDCA (decembrie 2020), 75.136 de copii aveau părinți plecați la muncă în străinătate, însă aceștia sunt doar copii înregistrați în evidențele autorităților locale de asistență socială, numărul lor real fiind mult mai mare.

În cadrul proiectului, desfășurat în perioada martie - decembrie 2020, au fost derulate intervenții destinate asigurării bunăstării emoționale și a protecției copiilor cu unul sau ambii părinți plecați la muncă în străinătate din județul Dâmbovița. Proiectul face parte din programul Salvați Copiii destinat copiilor cu părinți plecați la muncă în străinătate din 17 centre locale (în București și 13 județe).

Eforturile echipei inter-disciplinare locale (asistent social, cadru didactice, psiholog) s-au concentrat pe garantarea accesului copiilor la educație și suport psiho-social prin activități de la distanță sau directe, în funcție de specificul fiecărei perioade și oferirea de suport material de urgență pentru copii și familiile lor, cu respectarea cerințelor și recomandărilor autorităților locale privind prevenirea răspândirii COVID-19.

Pentru a răspunde nevoilor determinate de noul context, legate în principal de participarea copiilor la educația online și de vulnerabilitatea economică crescută a familiilor, au fost oferite pentru cea mai mare parte a copiilor tablete cu abonament la internet (necesare pentru participarea la educația online pentru copiii care nu beneficiau de echipamente IT adecvate sau le foloseau în comun cu frații lor), tichete

sociale destinate achiziționării de alimente (care au suplinat masa caldă în cazul copiilor care frecventau activitățile zilnice de suport educațional), produse igienice și de dezinfectat, măști, alimente.

Au fost derulate:

- activități de consiliere psiho-socială pentru copii (consiliere de grup și individuală), în scopul depășirii problemelor cauzate de lipsa părinților, accentuate de criza determinată de pandemia COVID-19;
- activități de suport educațional pentru îmbunătățirea rezultatelor școlare/ menținerea acestora și prevenirea abandonului școlar;
- activități de socializare și timp liber cu rolul, pe de o parte, de a-i ajuta să își petreacă timpul liber într-un mod util, în compania unor adulți de încredere și, pe de altă parte de a-i stimula să interacționeze cu alți copii, contribuind astfel la prevenirea izolării sociale, situație des întâlnită la acești copii și accentuată de contextul actual și de a contribui la dezvoltarea a diferite abilități și aptitudini;
- programe de dezvoltare a abilităților parentale și consiliere socială și juridică, în funcție de nevoi, pentru persoanele în grija cărora au rămas copiii/părinții copiilor. În cadrul ședințelor de consiliere, pe lângă problemele abordate în mod curent, au fost incluse aspecte specifice legate de modul de gestionare a anxietății și panicii, de necesitatea de respectare a măsurilor de prevenire a răspândirii COVID-19, de organizarea zilnică a activităților cu copiii în condiții de izolare etc. Totodată, au fost

realizate caravane locale de informare care au vizat informarea părinților, a persoanelor în grija cărora rămân copiii și membrilor comunității cu privire la riscurile plecării părinților asupra dezvoltării copilului, modalități de prevenire a acestora și obligațiile care le revin părinților la plecare, preponderent în localități din mediul rural.

Număr de beneficiari direcți:

- **83 de copii** cu părinți plecați la muncă în străinătate, **50 persoane** în grija cărora au rămas copiii (rude sau părinți), beneficiari de servicii de consiliere și suport.
- **520 de persoane** (200 părinți/persoane în grija cărora au rămas copiii, 100 copii, 220 membri ai comunității) au fost informați și consiliați cu privire la efectele migrației părinților asupra copiilor și obligațiile legale care le revin părinților la plecarea din țară. Copiii au fost informați cu privire la drepturile lor și modalități de a se adapta la perioada separării de părinți.

Număr de beneficiari indirecti:

- 100 persoane, membre ale familiilor copiilor incluși în proiect (60 copii, 40 adulți).
- 500 persoane, preponderent din mediul rural, din familiile membrilor comunității care au participat la caravanele locale (300 copii, 200 adulți).

Rezultate:

- 83% dintre copii și-au îmbunătățit abilitățile emoționale și sociale, în ciuda contextului dificil;
- 72% dintre copiii participanți la activitățile educaționale și-au îmbunătățit rezultatele școlare;
- propunerile de completare legislativă cu privire la protecția copiilor cu părinți plecați la muncă în străinătate înaintate de Salvați Copiii sunt preluate în proiectul de modificare a Legii 272 din 2004 privind protecția și promovarea drepturilor copilului. Proiectul se află în dezbaterile Parlamentului.

SPRIJIN MATERIAL DE URGENȚĂ PENTRU COPII VULNERABILI



În contextul pandemiei cauzate de SARS-CoV-2, persoanele din categoriile sociale vulnerabile au fost expuse, o dată în plus, riscurilor și marginalizării.

Marea majoritate a părinților, care lucrau sezonier sau cu ziua, și-au pierdut locurile de muncă și s-au aflat îndeosebi în perioada stării de urgență, dar și ulterior în imposibilitatea de a oferi copiilor strictul necesar pentru o viață decentă. Cu sprijinul Kaufland România, Salvați Copiii a oferit suport material de urgență pentru asigurarea de produse alimentare și igienico-sanitare de bază pentru **1.100 de copii** vulnerabili (copii din familii cu nivel socio-economic scăzut, copii ai căror părinți sunt plecați la muncă în străinătate) incluși în programele Salvați Copiii

din comunități urbane și rurale din 8 județe (Brașov, Constanța, Dâmbovița, Hunedoara, Mureș, Vaslui, Suceava, Timiș).

Au fost distribuite către familiile celor 1.100 de copii tichete sociale destinate achiziționării de produse alimentare și igienico-sanitare, cu respectarea prevederilor autorităților de prevenire a răspândirii SARS-CoV-2. Asistenții sociali au ținut legătura telefonic cu beneficiarii și cu autoritățile locale pentru o bună organizare comunitară. Totodată, aceștia (sau psihologi, în locațiile în care există acest tip de personal în echipele organizației) au oferit consiliere socială, emoțională și psihologică pentru a sprijini familiile să depășească această perioadă de criză.



SALVEZ CU POVEȘTI - PROGRAM DE PROTECȚIE ȘI EDUCAȚIE A COPIILOR AFECTAȚI DE SĂRĂCIE



Pentru a putea veni în sprijinul copiilor afectați de sărăcie cu servicii complexe educaționale, sociale și de suport material, cu sprijinul financiar Kaufland România, Salvați Copiii a derulat un proiect vizând creșterea vizibilității campaniei de awareness și donații #SALVEZCUPOVESTI pentru obținerea de fonduri de la donatori și, în paralel, derularea de activități estivale de pregătire școlară remedială.

Proiectul s-a desfășurat în București și în județele Argeș, Brașov, Caraș-Severin, Constanța, Cluj, Dâmbovița, Dolj, Hunedoara, Iași, Mureș, Neamț, Suceava, Timiș, Vaslui.

25 de vedete și persoane publice s-au alăturat campaniei #SALVEZCUPOVESTI, o inițiativă prin care Salvați Copiii a dorit să atragă atenția asupra nevoilor copiilor și a problemelor prin care trec familiile defavorizate în perioada pandemiei.

Clipurile din seria „Salvez Cu Povești” au ajuns la aproximativ un milion de vizualizări, iar întreaga campanie a fost susținută de persoane publice cu nume sonore, de la prezentatori TV, până la sportivi de performanță, cântăreți sau actori.

În ceea ce privește componenta de sprijin direct, menită să contribuie la scăderea vulnerabilității sociale și la creșterea accesului la educație, **280 de copii** au participat la activități estivale și au beneficiat de sprijin educațional și psiho-social în vederea recuperării curențelor educaționale și vulnerabilităților sociale. Peste **100 de părinți** au beneficiat de consiliere socială și sprijin material.

Beneficiari indirecti: **4.600 de copii** și **3.200 de părinți**.

Copiii din România sunt extrem de vulnerabili din punct de vedere al accesului la servicii de educație, sociale și de sănătate emoțională. Pandemia a agravat problemele existente atât în ceea ce privește participarea la educație, dificultățile cu care se confruntă copiii ai căror părinți au fost nevoiți să muncească peste hotare, problemele de sănătate emoțională ale copiilor, cât și accesul la informații din surse sigure cu privire la menținerea unui stil de viață sănătos.

Kaufland România a înțeles pe deplin importanța implicării în viața comunității, iar în cei peste 10 ani de colaborare am reușit împreună să contribuim semnificativ la îmbunătățirea situației copiilor din România. Totodată, compania a răspuns prompt inițiativelor Salvați Copiii, contribuind la Fondul de urgență pentru spitale și la sprijinirea copiilor vulnerabili, imediat după declanșarea crizei pandemice.

GABRIELA ALEXANDRESCU
Președinte Executiv



Asociația Banca pentru Colectarea și Distribuția Alimentelor

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Banca pentru Alimente contribuie la reducerea risipei alimentare prin colectarea și donarea surplusului de produse alimentare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,1 mil. lei

DIN CARE

16,6% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Banca pentru Alimente

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA

PARTENERĂ? impactul asupra ONG-ului
Servicii noi sau îmbunătățite

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea calității vieții

CUM AM PROTEJAT MEDIUL

ÎNCONJURĂTOR? impactul asupra mediului
Acțiuni directe de protejare a mediului

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*
S-a produs o îmbunătățire

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

impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației
Volumul de muncă a crescut, cantitatea de produse colectate s-a dublat, a fost nevoie de suplimentarea angajaților

BANCA PENTRU ALIMENTE

Banca pentru Alimente preia produse alimentare și non-alimentare și le redistribuie gratuit către ONG-urile partenere care oferă servicii de asistență socială persoanelor din mediile defavorizate - persoane în risc de sărăcie majoră, persoane cu dizabilități, familii monoparentale, bătrâni singuri sau cu venituri mici, în total peste **40.000 de beneficiari finali**.

În 2020, Kaufland România a susținut funcționarea băncii de alimente pentru două luni. În plus, prin sprijinul oferit, asociația a achiziționat o mașină utilizată pentru transportul de alimente. În contextul pandemiei, numărul solicitărilor din partea



ONG-urilor partenere au crescut, drept urmare și cantitatea de produse alimentare colectată a crescut. Dacă în lunile precedente pandemiei, asociația colecta în medie 55 de tone de produse alimentare pe lună, în lunile noiembrie și decembrie 2020 volumul total s-a ridicat la peste 118 tone de produse alimentare pe lună.

În plus, cu ocazia sărbătorilor de Paște, Kaufland România a donat alimente atât către Banca de Alimente București, cât și către Băncile Regionale din Federația Băncilor de Alimente din România, respectiv cele din Roman și Oradea.

Pentru asociația noastră, Kaufland este un partener de nădejde care a înțeles să ne sprijine în lupta noastră împotriva risipei alimentare și redirecționarea produselor colectate către persoanele nevoiașе, prin intermediul ONG-urilor partenere care dezvoltă programe sociale, pe care noi dorim să le ajutăm cu hrană.



GABRIEL SESCU
Fondator Banca pentru Alimente

Asociația OvidiuRo

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea OvidiuRo este de a da acces tuturor copiilor la educație timpurie de calitate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

2,8 mil. lei

DIN CARE

25% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Pungața cu două cărți**

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? *profunditatea 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*
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

PUNGUȚA CU DOUĂ CĂRȚI



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. 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.

În 2020, proiectul a însemnat:

- 20.000 de cărți ilustrate oferite
- **10.000 de copii** cu vârste cuprinse între 0-3 ani au primit cele 10.000 de punguțe cu câte două cărți
- cel puțin **10.000 de părinți/bunici** au aflat despre importanța cititului cu copiii, cât mai timpuriu;
- 40 de județe participante + București;
- **1.000 de profesori, bibliotecari, asistenți sociali, asistenți medicali comunitari, mediatorii sanitari și alți specialiști** au fost formați și au devenit ambasadori ai lecturii în comunitățile lor;
- 4 sesiuni de formare, dedicate proiectului, au fost susținute online;
- o comunitate online, grupul de Facebook Punguța cu două cărți, cu 3.100 membri (educatoare care își împărtășesc experiențele de lectură cu copiii).

Parteneriatul cu Kaufland România este extrem de important, căci ne permite să ajungem la un număr mare de copii ce provin din familii dezavantajate și să interacționăm cu părinții celor mici, pentru a discuta despre importanța educației de la cele mai fragede vârste. Mobilizarea și implicarea comunităților locale, a educatoarelor, asistenților sociali, bibliotecarilor, mediatorilor școlari, preoților este de asemenea extrem de importantă, pentru că astfel mesajul despre importanța educației timpurii vine pe mai multe canale și dă șansa copiilor de a fi înscriși la grădiniță și ulterior la școală.



MARIA GHEORGHIEU
Director Executiv

Asociația Reality Check

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Asociației Reality Check este 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.

NR. PROIECTE

1

• Fiecare Copil în Grădiniță și în Școală - Ponorâta

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? *profundimea 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 întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

FIECARE COPIL ÎN GRĂDINIȚĂ ȘI ÎN ȘCOALĂ – PONORĂTA



Ponorăta (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 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 grădiniță și I-IV în comunitate și la V-VIII în Coroieni. Din cauza sărăciei lucii, mulți copii frecventează sporadic școala, unii repetă clasa, iar la gimnaziu ajung mai puțin de jumătate. Două treimi dintre cei peste **700 de oameni** din Ponorăta sunt copii, iar odată cu intervențiile asociației 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 comunitățile sărace, intervențiile punctuale și pe termen scurt nu au cum să aibă un impact semnificativ. Singurele intervenții care pot duce la rezolvarea problemelor sunt cele bazate pe o abordare integrată, pe termen lung, centrată pe educație.

Aproximativ **200 de copii** de la grădiniță și de la clasele primare primesc zilnic o masă caldă, finanțată de Kaufland România. Aceasta este o intervenție esențială pentru că pentru unii dintre ei, masa pe care o primesc la școală este singura masă în ziua respectivă. Masa caldă și tichetele sociale au fost oferite până în lunile martie, respectiv aprilie 2020 (când școala s-a închis) și au fost reluate în septembrie, odată cu debutul noului an școlar.

În plus, cinci copii au primit burse de transport pentru a merge la liceu.

În 2020, în contextul pandemiei de Covid-19, asociația a încercat în permanență să găsească soluții să ajute oamenii greu încercați din comunitățile în care activează. Familiile sărace care erau deja extrem de vulnerabile, au avut cel mai mult de suferit în această perioadă. Mai ales copiii. Nu s-au acutizat doar lipsurile materiale (adulții nu au mai putut să circule liber și să lucreze cu ziua cum o făceau în alți ani), ci s-a accentuat și marginalizarea acestora. Copiii săraci au devenit invizibili pentru sistemul de educație timp de jumătate de an: când școala s-a mutat în online în martie 2020, aceștia nu au mai participat la ore din cauza lipsei echipamentelor necesare și accesului la internet, iar părinții nu le puteau oferi niciun fel de sprijin. Din martie până în septembrie, copiii din Ponorăta nu au avut nicio interacțiune formală cu școala. În septembrie au revenit în bănci, dar peste două luni învățământul s-a mutat din nou în online. De data aceasta, restricțiile fiind totuși mai lejere decât în starea de urgență din primăvară, profesorii au mers zilnic în comunitate și le-au lăsat copiilor fișe pe care le completează până a doua zi când se întâlnesc din nou. Chiar și așa, procesul de învățare este extrem de greu și decalajul educațional crește.

La începutul lunii aprilie, în Ponorăta au fost distribuite **160 pachete** cu produse esențiale pentru toate familiile din comunitatea defavorizată (ulei, orez, făină, zahăr, mălai, paste, salam, detergent de haine, șampon și săpun), cu sprijinul Kaufland România. Având în vedere că în perioada de urgență oamenilor din Ponorăta nu li s-a permis să părăsească comunitatea, sprijinul oferit a venit într-un moment în care aveau cea mai mare nevoie.

Sărăcia multigenerațională impune multe limite, dar școala are puterea imensă de a schimba destinele copiilor din familii vulnerabile. Cu ajutorul Kaufland România, partener de nădejde, echipa Reality Check își continuă munca în Ponorăta, județul Maramureș, una dintre cele mai sărace comunități din țară. Împreună sprijinim copiii să meargă regulat la grădiniță și la școală, oferindu-le zilnic masă caldă, care le crește puterea de concentrare, rechizite școlare, tichete sociale condiționate de prezență și ajutoare de urgență atunci când este nevoie. Este esențial pentru ei să frecventeze zi de zi pentru a recupera din decalajul educațional, care s-a adâncit și mai mult, în contextul pandemiei de Covid-19.

NADIA GAVRILĂ
Președinte



Asociația Industrii Creative

© partener comunitar de tradiție

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 2020

682.000 lei

DIN CARE

69% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

3*

- **Rocanotherworld 2020**
- **Rocanotherworld 2021 - Winter Edition**
- **Proiectul educațional #PRESENT**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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

ROCANOTHERWORLD 2020



Rocanotherworld, primul festival de muzică de după ieșirea din starea de urgență, a avut loc între 24 - 28 iulie, în Iași. Timp de 5 zile, 2500 de spectatori s-au putut bucura de concerte live în condiții de maximă siguranță, iar la această ediție biletul de participare a fost unul solidar, a cărui achiziție a susținut artiștii care au urcat pe scena festivalului și care în anii trecuți au concertat pro bono pentru a fi alături de cauzele promovate de Rocanotherworld - Luna Amară, Robin and the Backstabbers, Byron, The Mono Jacks, Argatu, Jurjak, EYEDROPS, Toulouse Lautrec și om la lună.

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, oferind posibilitatea artiștilor să evolueze după perioada lockdown-ului.

În fiecare an, festivalul a reprezentat un demers colectiv de a da, a cărui misiune a fost creșterea nivelului de conștientizare a problemelor din societate, dar și implicarea

comunității. În 2020, cauza a reprezentat donarea de alimente, produse de igienă personală și materiale sanitare către **500 de familii** cu câte 5-12 membri, locuitori ai 4 sate din comuna Lungani din județul Iași: Zmeu, Crucea, Goești și Lungani. Comuna Lungani este recunoscută statistic ca fiind una dintre cele mai sărace din județ, având o proporție de persoane fără venit de peste 50% și cel mai mare număr de beneficiari de ajutor social.

Încă de la instituirea stării de urgență, comunitățile din Lungani au avut dificultăți în a-și procura cele necesare traiului de zi cu zi, nemaiaivând posibilitatea de a lucra cu ziua în schimbul alimentelor, dar nici resursele de a achiziționa materiale sanitare precum măști de protecție și dezinfectanți.

Astfel, cu ajutorul Kaufland România, organizatorii Rocanotherworld au donat peste 9 tone de alimente și pachete cu produse de igienă personală, dar și materiale sanitare - 2.500 l de dezinfectant și 5.000 de măști.



*Proiectele dezvoltate de Asociația Industrii Creative, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Sport & Sănătate și Social

ROCANOTHERWORLD 2021 WINTER EDITION



Ediția de iarnă a festivalului Rocanotherworld a avut loc în perioada 20 – 24 ianuarie 2021. Difuzarea online a concertelor a adus în casele publicului 14 concerte ale trupelor Toulouse Lautrec, Robin and the Backstabbers, Lucia, Pinholes, Byron, Fine, It's Pink, Eyedrops, Argatu', Ana Coman, Jurjak, Luna Amară, om la lună, Les Elephants Bizarres și The Mono Jacks.

Festivalul și-a continuat misiunea asumată, aceea de a avea un impact real în comunitate. Astfel, continuând eforturile din vara anului 2020, o nouă acțiune umanitară a avut loc între 28-31 ianuarie. Cu sprijinul Kaufland România, echipa festivalului, alături de voluntari și persoane care s-au alăturat inițiativei, au distribuit peste 7 tone de alimente, produse de igienă și sanitare, 50 de metri cub de lemn de foc către **500 de familii** din comuna Lungani, Județul Iași.

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.

Primul modul, centrat pe tema comunicării, s-a desfășurat în perioada ianuarie-martie 2021, în mediul online. Astfel, **64 de copii** de la Centrul de Servicii Sociale „Bucium” s-au conectat cu jurnaliști, traducători

și scriitori cunoscuți din România și au participat la ateliere online de informare responsabilă, scriere creativă, literatură contemporană, comunicare online, public speaking, comunicare interculturală. Acest prim modul a oferit o perspectivă alternativă asupra formelor pe care comunicarea le poate lua, atât la nivel personal, cât și la nivel profesional, prin instrumente precum literatura contemporană sau mijloacele de comunicare în masă.

Vizitele la centru au început încă de la finalul lunii decembrie, când membrii asociației au oferit cadouri de Crăciun copiilor, iar în plus față de cursurile online, biblioteca a fost dotată cu 152 de cărți de literatură română contemporană. De asemenea, pentru buna desfășurare a proiectului și pentru a veni în sprijinul școlii online, copiii au primit 35 de tablete, alături de rechizite școlare.

Proiectele dezvoltate de Asociația Industrii Creative în colaborare cu Kaufland România sunt orientate spre comunități care au nevoie de susținere și ajutor continuu. Din experiența noastră de până acum în ceea ce privește proiectele susținute de Kaufland, putem spune că am reușit să creăm un circuit solid prin care comunitatea locală este implicată constant în acțiuni sociale, culturale sau educaționale. Fie că vorbim de obiective ce vizează doar beneficiari direcți sau de țeluri ce presupun însușirea unui comportament perpetuu în rândul comunității locale, reușim să sărbătorim, de la o ediție la alta a proiectelor, acel rezultat al implicării, bucuria oamenilor ajutați și a celor care ajută.

Aportul adus de Kaufland România în susținerea proiectelor precum cele dezvoltate de Asociația Industrii Creative a dus la întărirea importanței lor și la convingerea că acestea au nevoie de continuitate, astfel încât să ajungem la cât mai mulți oameni care au nevoie de noi.



PATRICIA BUTUCEL
Președinte



Fundația Inovații Sociale Regina Maria

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

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

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

5,7 mil. lei

DIN CARE

11% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

- Împreună schimbăm destine
- Vreau înapoi la școală

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profunditatea impactului*
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*

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

ÎMPREUNĂ SCHIMBĂM DESTINE



În perioada 15 octombrie 2020 - 30 iunie 2021, **125 de copii** defavorizați din centrele educaționale din Băneasa și Clinceni ale fundației au primit sprijin pentru educație. 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.

VREAU ÎNAPOI LA ȘCOALĂ



Proiectele educaționale ale Fundației vizează dezvoltarea abilităților copiilor din medii defavorizate, reducerea abandonului școlar și oferă îndrumare, asistență și oportunități de implicare comunitară.

Fundația are două centre educaționale - Centrul Educațional Băneasa și Hero Afterschool Clinceni - care funcționează în sistem de afterschool, unde copiii au o masă caldă zilnică, suport în activitatea didactică și programe educative de dezvoltare personală și emoțională.

Epidemia de COVID-19 a pus din nou sub lupă situația copiilor vulnerabili. Într-un studiu realizat de IRES în perioada 27-30 aprilie 2020, doar 68% dintre elevii din România au

acces la echipamente electronice pentru școala online și numai jumătate dintre elevi au participat la școala online. Lipsa de resurse materiale și de sprijin emoțional se transforma imediat în lipsa de oportunități și în acces limitat la educație, agravând clivajul social și discriminarea.

Prin proiectul propus, fundația a oferit în continuare acces la educație pentru **35 de copii** care provin din familii aflate în dificultate socio-materială și care sunt beneficiarii centrelor de tip afterschool. Copiii au fost sprijiniți prin suport didactic oferit de personalul didactic, prin oferirea unei mese calde (pentru majoritatea dintre ei, singura masă caldă și cu aport nutritiv de peste zi) și prin oferirea sprijinului psihologic.

Kaufland merită nu doar felicitările noastre, ci ale întregii țări, pentru exemplul de implicare în comunitate. Pentru fundația noastră, Kaufland reprezintă cel mai implicat Partener în proiectele fundației. De când am început colaborarea, au investit peste 300.000 de euro în proiectele noastre, atât cele de sănătate cât și de educație. Kaufland România a avut o reacție extrem de promptă la declanșarea pandemiei, când ne-au susținut necondiționat în menținerea deschisă a clinicilor, iar în ultimii doi ani a fost unul din cei mai importanți susținători ai centrelor educaționale ale fundației!



CRISTIANA MATEOIU
Director Executiv

*Proiectele dezvoltate de Fundația Inovații Sociale Regina Maria, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Sport & Sănătate și Social

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 2020

641.000 lei

DIN CARE

23% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Magazine sociale

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? *profundimea 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*

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



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 deteriorat sau murdar, deoarece le expiră în curând termenul de valabilitate sau din alte motive.

Obiectivul SOMARO este acela de a dobândi resursele financiare necesare acoperirii operațiunilor sale prin vânzarea de produse. Având în vedere că acestea sunt donate, beneficiarii nu achită decât salariile personalului angajat și cheltuieli suplimentare minime.

În prezent, SOMARO deține trei supermarketuri sociale în România: în București, Sibiu și Ploiești. În anul 2020, a crescut atât cantitatea de produse colectate, cât și numărul beneficiarilor. În total, asociația a colectat peste 500 de tone de alimente și le-a oferit clienților săi, aproximativ 1.150 de familii (peste **4.000 de persoane**). În plus, cu sprijinul Kaufland România, asociația a cumpărat și o mașină pentru transportul produselor neperisabile.



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 2020

1,1 mil. lei

DIN CARE

63% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Our Big Day Out

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? *profunditatea 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

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

OUR BIG DAY OUT



Our Big Day Out este un program de voluntariat care invită societatea civilă să își asume responsabilități civice. Din 2005, programul oferă bucurie, speranță și sentimentul de apartenență copiilor, familiilor și bătrânilor care trăiesc în instituții de stat, adăposturi sau în sărăcie extremă.

Asociația Sister, prin care se desfășoară programul Our Big Day Out, nu are niciun angajat. Pentru realizarea proiectelor, asociația se bazează exclusiv pe timpul donat de voluntari, 90% dintre ei având o slujbă full time, dar și pe susținerea companiilor care participă nu doar cu resurse financiare, dar și cu alte resurse de care dispun: flota de distribuție și de transport, servicii de secretariat, curierat sau financiare, expertiză în anumite domenii, dar mai ales, timpul angajaților lor.

Ediția de Crăciun a programului a însemnat:

- Colectarea produselor necesare perioadei de iarnă pentru familiile care trăiesc în comunități marginalizate în risc de sărăcie și a 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 16 zile;
- Distribuția coletelor-cadou în 13 județe și în peste 30 de comunități.

Rezultate:

- peste 225.000 de produse colectate (dintre care 85.000 de produse au fost donate de către Kaufland România);
- 1,4 km de pachete realizate;

- 5.290 de pachete distribuite către copiii aflați în centre de plasament, tineri cu afecțiuni neuropsihiatrice și familii și vârstnici vulnerabili, din 13 județe;
- 349 de voluntari implicați;
- 122 de voluntari implicați în activitățile de sortare a produselor colectate și de pregătire a coletelor-cadou;
- 500 de produse de igienizat pentru baia publică, oferite uneia dintre cele mai sărace comunități din România - Ponorătă, Maramureș;
- peste 3.000 de produse de protecție oferite voluntarilor cu susținerea Kaufland România, în colaborare cu Complet Medical, Clinica Dentalevo și rețeaua de sănătate REGINA MARIA (teste PCR, teste antigen pentru testarea la un interval de două zile a voluntarilor, măști, mănuși, produse de dezinfectare, nebulizarea spațiului etc.).

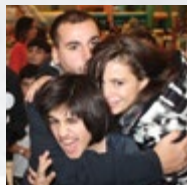
Activitățile de la finalul anului 2020 au fost puse sub semnul întrebării pentru prima dată în cei 16 ani ai acestui program. Nevoile logistice și resursele necesare pentru implementarea măsurilor de protecție împotriva răspândirii virusului SARS-CoV-2 depășeau cu mult posibilitățile unei organizații care se bazează 100% pe susținerea voluntarilor și pe resursele companiilor partenere.

În acest context, susținerea logistică a Kaufland România a fost esențială. Angajații Kaufland s-au implicat atât în sortarea și transportul a 85.000 de produse, cât și în pregătirea celor 5.290 de colete cadou.



Susținerea Kaufland România a ajutat la realizarea celei mai mari campanii de colectare și donații pe care am organizat-o până în anul 2020. 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, punând la dispoziție toate resursele de care a dispus, 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, promovarea accesului la educație și a 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 comunități primează.



ALEXANDRA TÎNJALĂ
Președinte

Asociația Carusel

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației 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 2020

2,2 mil. lei

DIN CARE

22,16% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

3

- Centrul Comunitar ILO - Ferentari
- Servicii sociale pentru grupuri vulnerabile
- Solidaritate pe străzile pustii - acțiune umanitară COVID-19

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii /
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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*
Nu este cazul

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

impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației
Nu este cazul

CENTRUL COMUNITAR ILO – FERENTARI



Centrul Comunitar ILO - Ferentari este un program de servicii integrate, sociale și de sănătate, dezvoltat în Cartierul Ferentari de către Asociația Carusel.

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, asistență medicală primară, educație pentru sănătate, oferirea unei mese calde, acces la facilități de igienă corporală și igienizarea hainelor.

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, păături, saci de dormit (în funcție de sezon), acces la facilități de igienă – duș, mașini de spălat și uscat haine, asistență medicală primară.

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, precum și cu cei cu 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.

În perioada noiembrie 2020 – februarie 2021, cu sprijinul Kaufland România, au fost oferite servicii sociale și medicale unui număr de aproximativ **100 persoane**.

SERVICII SOCIALE PENTRU GRUPURI VULNERABILE



Activitatea de teren derulată în cadrul proiectului a vizat oferirea de servicii sociale și de reducerea riscurilor pentru persoanele fără adăpost, consumatori de droguri, persoane care practică sex comercial stradal, pe teren, în locațiile în care aceste persoane își petrec timpul și/ sau desfășoară activitatea, în București și zonele limitrofe. Activitățile au inclus distribuirea de produse, asistență socială și grupuri de suport.

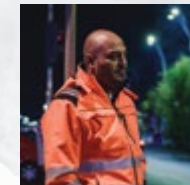
Pe parcursul anului 2020, cu sprijinul Kaufland România, activitatea de teren a vizat un număr de aproximativ **1.500 persoane**.

SOLIDARITATE PE STRĂZILE PUSTII - ACȚIUNE UMANITARĂ COVID-19



Proiectul a vizat oferirea unor pachete cu alimente și materiale de protecție și igienă unui număr de aproximativ 500 de persoane din grupuri vulnerabile, afectate în mod direct de restricțiile impuse de starea de urgență și alertă, măsuri ce au vizat pierderea locurilor de muncă informale pe care acestea le aveau și/ sau a altor activități aducătoare de venituri.

Solidaritatea se vede cel mai bine în momente grele, de criză. Ne bucurăm că în această perioadă dificilă, care îi afectează cel mai tare pe cei mai vulnerabili, prietenii de la Kaufland România ne sunt în continuare alături. Cu ajutorul lor, putem să oferim hrană și alte lucruri vitale, de strictă necesitate, oamenilor fără adăpost, atât la Centrul Comunitar ILO, din Ferentari, cât și pe teren. Mașina oferită ne-a ajutat să ne intensificăm eforturile pe stradă, noaptea, astfel încât să putem ajunge la mai multe persoane aflate în nevoie. Mulțumim!



MARIAN URSAN
Director Executiv

**NECESAR DE
FINANȚARE
AL ASOCIAȚIEI
ÎN 2020**

2 mil. lei

DIN CARE

2,5% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Susținere 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? *profundimea 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*

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

SUSȚINERE PENTRU COPIII BOLNAVI DE CANCER INTERNAȚI ÎN SPITAL



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 asociația 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.

Membrii asociației fac eforturi ca Planul Național de Combatere a Cancerului, care urmează să fie elaborat de specialiști, să includă și prevederi specifice onco-pediatriei, astfel încât beneficiarii să aibă parte de cel mai bun tratament medical și psihologic. Asociația susține alinarea cu standardele europene în ceea ce privește politicile de sănătate, schemele de tratament și accesul pacienților la medicamente adecvate, precum și la studii clinice desfășurate la nivel european.

Din momentul instalării pandemiei, ținând cont de restricțiile în vigoare menite să limiteze răspândirea virusului SARS-CoV-2, copiii și mamele internate pe secția de oncologie pediatrică din Insitutul Oncologic Cluj-Napoca sunt în izolare totală, neputând părăsi saloanele sau spitalul. De aceea, cu ajutorul medicului psiholog din cadrul institutului, asociația face liste de cumpărături săptămânale și cumpără produse de maximă necesitate (produse de igienă, produse alimentare, fructe) pentru aceștia.

Timp de 11 luni, în perioada iulie 2020 – mai 2021, asociația a ajutat **880 de pacienți** ai secției de oncopediatrie și pe aparținătorii acestora.



Afecțiunile cronice nu se opresc pe perioada pandemiei. Cancerul nu se oprește pe timpul pandemiei de Coronavirus. Așa că serviciile esențiale pe care noi le oferim sunt la fel de necesare, dacă nu chiar mai necesare. Și astfel cheltuim la fel de multe fonduri ca înainte, dacă nu chiar mai mult. Sprijinul oferit de Kaufland România ne-a permis să acoperim o nevoie nouă, suplimentară serviciilor de suport emoțional oferite deja, direct identificată în pandemie, aceea de a pune la dispoziție produse alimentare și de igienă familiilor din secția de oncopediatrie aflate în izolarea saloanelor. Vă suntem foarte recunoscători în numele lor.



KATIE RIZVI

Fondator și CEO Asociația Little People România

Organizația Umanitară CONCORDIA

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

CONCORDIA este o organizație neguvernamentală internațională, independentă, dedicată sprijinirii copiilor, tinerilor și familiilor aflate în nevoie, spre o viață mai independentă și mai responsabilă.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

17,7 mil. lei

DIN CARE

0,3% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

- **Sprijin de urgență pentru copii, tineri și familii vulnerabile**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete sociale

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA

PARTENERĂ? *impactul asupra ONG-ului*
Capacitate crescută

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea calității vieții

CUM AM PROTEJAT MEDIUL

ÎNCONJURĂTOR? *impactul asupra mediului*
Nu este cazul

Cum s-a schimbat? *profunditatea impactului*

S-a produs o îmbunătățire

CUM A FOST AFECTATĂ ORGANIZAȚIA DE CONTEXTUL GENERAT DE PANDEMIA COVID-19? *impactul pandemiei COVID-19 asupra organizației*

Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Cheltuieli suplimentare

SPRIJIN DE URGENȚĂ PENTRU COPII, TINERI ȘI FAMILII VULNERABILE



Cu sprijinul Kaufland România, organizația a achiziționat în lunile iulie și august 2020 alimente de bază, produse de igienă și curățenie pentru peste **400 de beneficiari**, copii și tineri din sistemul de protecție a copilului de stat, tineri post-institutionalizați beneficiari și familii din cartiere marginașe ale Ploieștiului.

Pentru familiile copiilor beneficiari ai centrelor de zi ale organizației au fost oferite alimentele de bază și produsele de igienă atât de necesare în această perioadă în care părinții lor întâmpină mari dificultăți în a le asigura copiilor traiul de zi cu zi. Către 242 de membri ai acestor familii au fost distribuite 96 de pachete.

În aceste comunități profund afectate de sărăcie extremă mulți dintre părinți lucrau fără forme legale, ca zilieri. Odată cu restricțiile și situația creată de pandemie, aceștia și-au pierdut sursele de venit. Sprijinirea acestor familii s-a dovedit, pentru unele dintre aceste ele, singura sursă de hrană în unele zile. Au fost distribuite și produse de curățenie și igienă personală către aceștia pentru a

avea tot ce le trebuie pentru a fi în siguranță și a putea respecta normele de igienă recomandate.

Pentru copiii și tinerii din cele 5 case de tip familial din Ploiești și Aricești Rahtivani, județul Prahova, Organizația Umanitară CONCORDIA a achiziționat materiale de curățenie și produsele de igienă necesare combaterii răspândirii virusului.

Aceleași achiziții s-au făcut și pentru tinerii din locuințele sociale ale organizației unde tinerii de peste 18 ani care au crescut în sistemul de protecție a copilului sau care provin din familii care trăiesc în sărăcie extremă primesc un loc pe care să îl poată numi acasă până reușesc să devină cu adevărat independenți.

Acești tineri, majoritatea cu locuri de muncă în industria HoReCa, au fost și ei afectați de situația cauzată de pandemie, mulți pierzându-și locurile de muncă și fiind ținuți luni în șir în somaj tehnic de către angajatori. Pe lângă consiliere, au primit și produse de curățenie și igienă, ca să poată fi în siguranță și să aibă toate produsele de igienă necesare în contextul în care veniturile le-au fost afectate substanțial.

Pandemia de COVID-19 a fost și încă este o perioadă extrem de dificilă pentru fiecare dintre noi. Incertitudinea, teama și volatilitatea situației au fost resimțite în fiecare casă, în fiecare familie. Situația aceasta a fost cu atât mai dificilă pentru copii și tinerii beneficiari ai organizației proveniți din familii ce trăiesc în sărăcie extremă sau cei fără sprijinul familiei naturale pentru care casele de tip familial CONCORDIA au devenit acasă. Pentru acești copii, sprijinul pe care îl primim este unul esențial, fără de care noi nu le-am putea fi alături atunci când au cea mai mare nevoie ca cineva să îi ajute.



DIANA CERTAN

Director executiv Comunicare și Fundraising

Asociația Cauza Bună

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este să faciliteze participarea persoanelor cu dizabilități la viața socială și accesul la piața muncii.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

300.000 lei

DIN CARE

100% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Mobilitaxi**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii /

comportamentului

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

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*

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

MOBITAXI



Mobilitaxi este un serviciu gratuit de transport special adaptat pentru persoane cu dizabilități.

Proiectul Mobilitaxi își găsește începutul în statistici care spun că numai la nivelul municipiului București, există peste 60.000 de persoane cu handicap locomotor. Deși numărul este impresionant, atunci când ieșim la o plimbare pe stradă sau în parc, când mergem la cumpărături, la teatru sau la film, aceste persoane sunt invizibile, captive în casele lor din cauza imposibilității de a se deplasa.

Ceea ce societatea, în general, ia de-a gata: plimbările în parc, mersul la medic, deplasarea la școală sau la serviciu, întâlnirile cu prietenii sau mersul la cumpărături, pentru cei care suferă de un handicap locomotor sunt ținte aproape imposibil de atins. Pentru ei, Kaufland România și Electrica Furnizare au făcut efortul de a adopta câte o mașină echipată special, oferindu-le un dar de mare preț: mobilitatea.

Pe parcursul anului 2021, asociația a oferit peste **1.000 de curse** persoanelor cu dizabilități. Transportul adaptat a fost efectuat în condiții de siguranță pentru beneficiari, mașina fiind dezinfectată zilnic și respectând recomandările de combatere a răspândirii COVID-19. Proiectul continuă și în 2022.

Fundația Noua Generație

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Fundației este de a le face viața mai frumoasă copiilor aflați în situații dificile, copiilor bolnavi de cancer și mamelor acestora, copiilor proveniți din medii defavorizate, mame victime ale violenței domestice, copiilor abandonați în centre de plasament, a cadrelor didactice din învățământul primar.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1 mil. lei

DIN CARE

10% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Mesaje de iubire pentru Copiii cu Branule**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii /
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profunditatea 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*
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

MESAJE DE IUBIRE PENTRU COPIII CU BRANULE



Misiunea Fundației este de a le face viața mai frumoasă copiilor aflați în situații dificile, copiilor bolnavi de cancer și mamelor acestora. Problemele sociale sunt reprezentate de frică, temeri și neputință în ceea ce privește categoria copiilor care se luptă cu cancerul. Zămbetul nu are unitate de măsură, e greu de cuantificat o zi de fericire pentru copiii care nu mai au nicio speranță. În acest sens, proiectele asociației au menirea de a le aduce un pic de fericire, o rupere de context. Acțiunile implementate aduc un strop de culoare într-o mare de gri.

În spitalele din România sunt prinși de cumplitul cancer peste 1.000 de copii. Țintuiți într-un pat, luni sau poate ani, își trăiesc viața

între analize și proceduri. Mirela Retegan, inițiatoarea acestui proiect, și-a asumat misiunea de a le colora cât mai multe din aceste zile, cu surprize vesale.

Așa a luat naștere Caravana Zurli, care în perioada mai-iunie 2020 a dus **1.000 de pachete** copiilor internați în 11 secții de oncopediatricie din 8 orașe din România. Copiii au primit nu numai daruri, dar și mesaje video personalizate de la vedete sau personaje din Gașca Zurli și din partea celor care au donat în campanie. Copiii care duc lupta cu o boală nedreaptă au nevoie de aliați, iar mesajele și cadourile le-au făcut lupta un pic mai ușoară.

Kaufland România a fost primul brand care s-a alăturat proiectului, susținând atât financiar, cât și cu produse proprii campania. Se încadra perfect în mesajul lor din aceste vremuri - Implicarea face diferența. Iar implicarea lor în proiectul nostru a fost butelia de oxigen de care aveam nevoie ca să respirăm ușurați. Mulțumesc, mulțumesc! Aș vrea să spun de 1.000 de ori mulțumesc în numele fiecărui copil pe care l-am bucurat, în numele fiecărui părinte care a fost copleșit de emoție, în numele fiecărui cadru medical care a zămbit atunci când am ajuns în spitale. O mână de oameni, 1.000 de suflete și un munte de bunătate au făcut în 3 săptămâni să se învârtă Pământul cu bucurie.

MIRELA RETEGAN
Președinte

Asociația Magic

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Magic este o lume în care copiii cu afecțiuni grave au acces la servicii medicale de cea mai bună calitate și cea mai rapidă recuperare posibilă și că aceasta se întâmplă indiferent de locul din care provine copilul și statusul financiar al familiei.

NR. PROIECTE

1

● Masă pentru Asociația Magic

MASĂ PENTRU ASOCIAȚIA MAGIC



În contextul pandemiei COVID-19, activitatea organizației Magic a fost adaptată pentru a sprijini spitalele în lupta cu virusul, iar volumul de muncă a crescut exponențial. Atât echipa, cât și voluntarii și-au asumat obiective suplimentare, fie în regim de telemuncă, fie din sediul amenajat pentru gestionarea donațiilor către spitale și beneficiarii asociației.

Proiectul Masă pentru Asociația Magic a venit ca răspuns la 2 nevoi identificate: cea de sprijin a echipei asociației, care a fost extrem de activă în proiectele sale sociale, și cea

de a susține echipa Noeme, un restaurant afectat de restricțiile impuse, o inițiativă antreprenorială cu o amprentă pozitivă asupra gastronomiei locale.

25 de angajați și voluntari ai asociației au primit gratuit masa de prânz în luna iunie 2020, lucru ce a contribuit la îmbunătățirea productivității și a stării de bine la locul de muncă, cei 9 angajați ai restaurantului Noeme au fost reactivați și cel puțin 7 producători mici din toată țara au reluat colaborarea cu restaurantul.

Asociația Zi de Bine

○ partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Zi de Bine este de a pune reflectorul pe cauze presante și dureroase către care nimeni nu vrea să se uite și să ajute acolo unde alții întorc privirea. Printre acestea: sănătatea mintală, violența domestică, copii abandonați în spitale, doliu, educație.

NR. PROIECTE

1*

● Perna cu Tihnă

PERNA CU TIHNĂ

Sărbătorile au fost complicate pentru toată lumea în 2020, dar mai ales pentru cei singuri. Iar cel mai rău, pentru bătrânii singuri. Fără familie sau cu familia plecată în afară, cu gândul că sunt cei mai expuși în fața virusului, perspectiva e pentru ei sumbră. Adesea, tot ce-și doresc e să pună capul liniștit pe o pernă și să nu aibă grija zilei de mâine. Așa că în luna decembrie, Asociația Zi de Bine a pregătit un pachet plin cu bunătăți care încap într-o față de pernă și care să facă sărbătorile mai frumoase pentru **500 de bunici** din județele Brașov și Bacău.

Cu ajutorul oferit de Kaufland România, valoarea inițială a pachetului a crescut de la 500 lei la 600 lei.

Cumpărăturile și distribuția au fost făcute de voluntari ai Fundației de Sprijin Comunitar Bacău (FSC) și ai Asociației BertaLand din Brașov.



*Proiectele dezvoltate de Asociația Zi de Bine, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Sport & Sănătate

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 2020

126.000 lei

DIN CARE

80% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

3

- Continuăm Împreună
- Parte din Comunitate
- Grijă față de cei Vulnerabili

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii /
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profunditatea 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
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 reducem numărul de angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

Misiunea Asociației More than a Smile este îmbunătățirea calității vieții membrilor comunității aflați în dificultate, cu risc de marginalizare și excluziune socială, susținerea tinerilor care ies din sistemul social al Direcțiilor pentru Asistență Socială și Protecția Copilului astfel încât să se poată integra în piața muncii și să devină membri activi ai comunității.

În 2020, asociația a desfășurat mai multe proiecte, cu sprijinul Kaufland România, astfel încât să vină în ajutorul persoanelor vulnerabile:



GRIJĂ FAȚĂ DE CEI VULNERABILI & CONTINUĂM ÎMPREUNĂ

În perioada februarie – iunie 2020, **170 de copii** din patru centre de plasament din județul Vâlcea, **400 de copii** din Brezoi, Drăgășani, Lungești, Titești, Călimănești, Babeni au primit materiale igienico-sanitare astfel încât să fie protejați împotriva răspândirii virusului SARS-CoV-2.

PARTE DIN COMUNITATE

În perioada septembrie – decembrie 2020, **170 de copii** din centrele de plasament din județul Vâlcea au primit echipamente pentru școală, **400 de copii** au primit cadouri ShoeBox, 100 de bătrâni și persoane cu dizabilități din Centrul de Neuropsihiatrie din Babeni au primit o masă caldă în preajma sărbătorilor de iarnă.

De peste 5 ani de zile, Kaufland România se implică alături de voluntarii Smile în comunitatea vâlceană. Pandemia ne-a schimbat prioritățile, stilul de viață și realitatea de zi cu zi. A venit cu emoții puternice, de aceea a fost cu atât mai important să avem compasiune pentru noi înșine și pentru cei din jurul nostru. Kaufland a fost alături de noi în această perioadă și ne-a ajutat să ne reorganizăm activitățile și să ne adaptăm la noile reguli, astfel încât să ne putem implica în comunitate în siguranță.

TUDOR FLORIN ELVIS
Președinte

Fundația Filantropică Metropolis

© partener comunitar de tradiție

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 partener, pe renovarea spitalelor publice din bani privați, dar și pe susținerea cauzelor individuale verificate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

7,2 mil. lei

DIN CARE

2,8% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Dreptul la integrare în comunitate**

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? *profunditatea 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 protecție 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

*Proiectele dezvoltate de Fundația Filantropică Metropolis, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Sport & Sănătate

DREPTUL LA INTEGRARE ÎN COMUNITATE



Fundația Filantropică Metropolis are ca scop coordonarea unor programe specifice cu scopul de a veni în sprijinul unei categorii deosebit de vulnerabile:

- copiii aflați în sistemul de protecție specială, prin proiectul Centrul rezidențial „Acasă”;
- adulții post-instituționalizați proveniți din sistemul de protecție socială, pentru care, în prezent, nu există programe coerente de integrare socio-profesională la nivel național, prin programul Centrului de consiliere și sprijin pentru tineri aflați în situații de risc „Pași spre independență”;
- copiii aflați în grija familiilor cu dificultăți materiale, educaționale, sociale, prin Centrul de zi pentru copii și părinți.

Centrul rezidențial „Acasă” a fost creat cu scopul de a oferi o șansă copiilor cu vârste cuprinse între 5 - 18 ani, care provin din familii dezorganizate, familii cu o situație socio-materială precară, familii fără locuință, familii în care părinții au probleme relaționale cauzate de divorț, alcoolism, lipsa unui loc de muncă, probleme medicale și care pot beneficia în cadrul centrului de o dezvoltare fizică, intelectuală, emoțională și spirituală optimă. Centrul funcționează și este coordonat cu Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Sector 6.

Minorii care se află în centru beneficiază de găzduire, ocrotire și educație. În cadrul centrului sunt asigurate condițiile igienico-sanitare necesare în vederea desfășurării în condiții optime a activităților planificate, iar copiii beneficiază de condiții bune de locuit, spațiu de petrecere a timpului liber și de relaxare.

24 de copii beneficiază de măsura de plasament în cadrul centrului.

Centrul de Consiliere și Sprijin pentru Tineri în Situații de Risc – „Pași spre independență” are ca scop diminuarea șocului adaptativ al tinerilor adulți, care, după vârsta majoratului rămân fără suportul instituționalizat de protecție socială, perioadă extrem de vulnerabilă pentru care au nevoie de o perioadă de tranziție pentru a se adapta cerințelor socio-profesionale și relaționale ale vieții de adult.

Fundația îi susține pe aceștia să dobândească deprinderi privind managementul bugetului propriu, gestionarea locuinței și folosirea adecvată a resurselor comunitare, deprinderi pentru gestionarea integrării socio-profesionale prin finalizarea studiilor, planificarea carierei, găsirea și păstrarea unui loc de muncă, deprinderi de îngrijire personală și conduită adecvată în societate, deprinderi de autogospodărire.

21 de tineri care au ieșit din sistemul de protecție specială beneficiază de serviciile sociale din cadrul centrului.

Centrul de Zi pentru Copii și Părinți

Copiii, beneficiari ai activităților centrului de zi, se confruntă frecvent cu probleme de adult, greu de imaginat, lipsiți de supraveghere la vârste fragede, de educație sau îndrumare școlară, marea majoritate sunt înscriși în programul A doua șansă, repetenția și abandonul școlar fiind regula, nu excepția. În acest context, stigmatizarea, bullying-ul și marginalizarea socială sunt „reper” mult mai frecvente în viața lor decât acceptarea și îndrumarea.

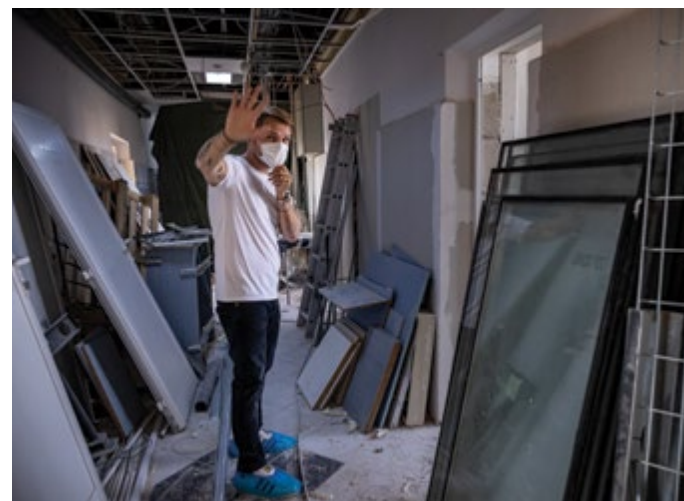
Programele și activitățile centrului de zi se adresează, de asemenea, unei categorii vulnerabile din perspectiva integrării sociale, copiii și părinții aflați în situații dificile de viață, marcate de sărăcie, lipsa educației, violență, marginalizare.

Serviciile oferite ținesc atenuarea decalajului generat de inechitatea socială, prin construirea suportului absolut necesar, în sprijinul depășirii dificultăților cu care se confruntă deopotrivă părinții și copiii.

Educație formală, nonformală și informală, activități recreative, socializare, informare și orientare în accesarea serviciilor,

psihoeducație, asistență juridico-administrativă, psihologică, de sprijin pentru obținerea drepturilor legale, activități pentru ameliorarea dificultăților de comunicare intrafamilială, o masă caldă, sunt doar câteva exemple cu care fundația vine în sprijinul beneficiarilor. Mai mult decât un afterschool, programul centrului de zi are în vedere crearea unei comunități.

În cadrul centrului sunt înscriși **25 de copii**.



Asociația Pava Kulinariqum

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea asociației este consolidarea valorilor tradiționale din gastronomie și organizarea de evenimente care promovează tradițiile transilvănene, rețetele și obiceiurile gastronomice a strămoșilor noștri.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

47.000 lei

DIN CARE

32% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **1001 de mese calde**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

S-a produs o îmbunătățire

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 întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

1001 DE MESE CALDE



Proiectul a avut ca scop asigurarea prânzului pentru două grupuri țintă: angajații instituțiilor aflați în linia întâi a combaterii epidemiei (Spitalul Municipal Odorheiu Secuiesc, Poliție, Jandarmerie, Inspectoratul pentru Situații de Urgență), respectiv familiile din categoriile sociale cele mai vulnerabile în această situație.

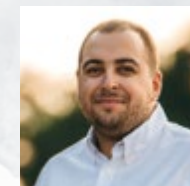
Pentru realizarea acestui proiect s-a format un parteneriat din diverși actori din Odorheiu Secuiesc: 9 restaurante (Restaurantul Pava, Hotel și Restaurant Gonduzo, Restaurantul Petho, Schwarz Bistro, Hotel Târnava, Kalapos GastroPub, Hotel Sep4mia, Pizzeria Diablo), doi producători de pâine (Rip Rop și Harmopan), două lanțuri de magazine alimentare (Merkur și Bertis) și 5 ONG-uri din domeniul asistenței sociale (Caritas Alba

Iulia, Fundația Diakonia, Surorile Franciscane din Mellersdorf, Asociația Gondviseles Segelyszervezet, Consiliul de Cooperare a Tinerilor din Odorheiu-Secuiesc).

Astfel, în fiecare duminică, timp de patru săptămâni, restaurantele au pregătit pe rând câte 1.001 porții de mâncare caldă care au fost livrate cu ajutorul voluntarilor și organizațiilor partenere. Produsele alimentare au fost transportate în recipiente și tacâmuri de unică folosință, cu respectarea strictă a regulilor de igienă și distanțare.

În mai 2020, cu sprijinul Kaufland România, restaurantele Pava, Petho, Schwarz, Gonduzo, Jungle au gătit **1.001 porții de gulaș**.

Ne bucurăm enorm că am reușit să stabilim un parteneriat atât între diverși actori locali, cât și cu o organizație importantă din România, precum Kaufland, cu un scop nobil și că am reușit să avem un impact pozitiv în viața unor oameni care au fost afectați cel mai mult de pandemia COVID-19, în special pe durata stării de urgență.



TRUCZA ADORJAN

Președinte

Asociația Speranță pentru Copii

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Principalele obiective ale asociației sunt promovarea drepturilor copiilor și a voluntariatului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

241.000 lei

DIN CARE

80% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Ducem speranță

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profunditatea impactului*
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

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

DUCEM SPERANȚĂ



Declanșarea pandemiei în țara noastră, precum și a stării de urgență a însemnat că grupurile deja dezavantajate au devenit și mai expuse în fața virusului.

Cu sprijinul Kaufland România, Asociația Speranță pentru Copii a desfășurat patru ediții ale proiectului Ducem Speranță:

● martie – mai 2020, asociația a distribuit produse alimentare către centre către persoane vârstnice, centre sociale și de copii. În total, sprijinul a ajuns la **4.841 de persoane**;

- mai – august 2020, **2.662 de persoane** au primit măști de protecție, flyere și broșuri informative despre cum să evite răspândirea virusului, precum și pachete cu dulciuri;
- august – decembrie, asociația a mers în școlile din mediul rural, unde a distribuit măști de protecție și produse alimentare pentru **3.792 de persoane**;
- aprilie 2021 – asociația a distribuit măști de protecție, broșuri informative în școlile din mediul rural din județul Brașov.

Kaufland România ajută și sprijină toate categoriile sociale defavorizate. Împreună cu Kaufland am reușit să ajutăm copiii, să sprijinim persoanele fără adăpost și să facem diferența în viața celor care au nevoie de implicarea noastră socială.

ANDRATA TUDOR
Președinte



VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Accept își propune să creeze o societate în care persoanele LGBTQ și drepturile lor sunt respectate și să susțină persoanele din comunitatea LGBTQ, în special cele mai vulnerabile.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,5 mil. lei

DIN CARE

6,4% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Aici pentru comunitate

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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 creat noi proiecte care să răspundă nevoilor/ problemelor generate de pandemie

AICI PENTRU COMUNITATE



Printre obiectivele Asociației Accept se numără sprijinirea persoanelor vulnerabile din comunitatea LGBTQ prin servicii de consiliere psihologică, juridică, dar și sprijin financiar; respectarea drepturilor persoanelor LGBTQ în ceea ce privește anti-discriminarea, parteneriatul civil, tranziția legală pentru persoane trans, legislația privind crimele motivate de ură; promovarea culturii LGBTQ prin festivaluri precum Bucharest Pride sau Luna Istoriei LGBTQ; crearea unei societăți mai incluzive pentru persoanele din comunitatea LGBTQ prin campanii de vizibilitate, advocacy, training-uri, cursuri de formare pentru specialiști din diverse domenii etc.

În perioada aprilie-iunie 2020, asociația a implementat campania „Aici pentru comunitate”, organizată cu sprijinul Kaufland România, Romanian Diversity Chamber of Commerce și Orașul Meu. În cadrul acestei campanii asociația a oferit sprijin alimentar pentru **48 de persoane LGBTIQ+** afectate de pandemia COVID-19.

În urma unui chestionar inițial online de evaluare a nevoilor comunității, precum și a unor discuții cu membri cheie din comunitate și reprezentanți ai altor organizații, au fost identificate patru categorii principale de beneficiari. Aceste grupuri care fac parte

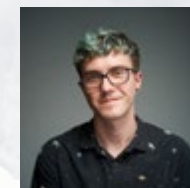
din comunitatea LGBTQ+ au fost cele mai profund afectate de criza generată de pandemie:

- persoane LGBTQ+ care au o situație socio-economică precară (care și-au pierdut slujba, care au venituri mici/ nu au venituri);
- persoane vârstnice LGBTQ+;
- artiști queer afectați financiar de restricțiile actuale, cărora li s-au anulat spectacolele/ proiectele;
- lucrători și lucrătoare sexuale care și-au întrerupt activitatea.

Ajutorul a constat în tichete sociale în valoare de 1000 RON/persoană care au putut fi folosite în rețeaua Kaufland. Majoritatea beneficiarilor au ridicat tichetele personal, însă pentru aceia care prezintă risc ridicat la infecția cu COVID-19- persoane cu alte afecțiuni și vârstnici - cumpărăturile au fost făcute de echipa Accept și livrate direct la domiciliu.

A doua ediție a campaniei „Aici pentru comunitate” s-a desfășurat în perioada noiembrie 2020 – ianuarie 2021 și a oferit sprijin pentru **45 de persoane LGBTIQ+** afectate de pandemia COVID-19.

Cu ajutorul parteneriatului cu Kaufland România, am reușit să sprijinim cele mai vulnerabile persoane din comunitatea noastră, persoane care fuseseră cel mai serios impactate de efectele pandemiei COVID-19. Kaufland a răspuns rapid cererii noastre, astfel încât am putut răspunde și noi, la rândul nostru, prompt la nevoile cauzate de începuturile pandemiei COVID și intrarea în starea de urgență.



LUCA ISTODOR
Coordonator de proiect

Asociația Touched România

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Asociației Touched România este de a îmbunătăți viața copiilor aflați în dificultate, oferindu-le sprijin emoțional, material și educațional. Obiectivele asociației sunt eliminarea violenței domestice, educația femeilor, recrutarea voluntarilor pentru secțiile de copii bolnavi de cancer și copii din sistemul de plasament, susținerea familiilor monoparentale.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

2,4 mil. lei

DIN CARE

5% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

- Clubul Adolescenților
- Dar din Dar

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? *profunditatea 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 întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

CLUBUL ADOLESCENȚILOR & DAR DIN DAR



Clubul Adolescenților este o școală nonformală pentru **20 de adolescenți** vulnerabili care provin din familii monoparentale sau familii cu mulți copii și nu au resurse. Asociația îi susține în mod constant prin meditații și cursuri de fotografie, metoring, consiliere, leadership, public speaking, business, jurnalism, film, teatru, relaxare, buget, valori etc.

În 2020, cu sprijinul Kaufland România, asociația a putut cumpăra 20 de tablete care să îi ajute pe copii să participe la orele cu predare online.

Proiectul „Dar din dar” s-a născut ca o necesitate firească de a continua susținerea fostelor rezidente ale Casei Agar pe noul drum al vieții lor, dar nu numai. În 2020, **80 de familii monoparentale** sau cu mai mulți copii au primit tichete sociale, astfel încât să poată face provocărilor zilnice aduse de pandemia COVID-19.

Relația Asociației Touched România cu Kaufland România este una consolidată, cu o istorie de 5 ani de parteneriat și sprijin. Ne dorim ca împreună să realizăm și să construim cât mai multe proiecte care să vină în sprijinul femeilor victime ale violenței domestice, precum și a familiilor vulnerabile, tinerilor care provin din medii defavorizate.

NATALIA UNGUREANU

Director Executiv Touched România

Fundația Viață și Lumină

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea fundației este o societate în care toți copiii și tinerii să trăiască în siguranță.

NR. PROIECTE

1

● Două case, o familie

DOUĂ CASE, O FAMILIE

Viață și Lumină și-a deschis porțile în anul 1994. La acel timp peste 1000 de copii erau în stradă. Echipele fundației distribuiau zilnic hrană și îmbrăcăminte, încălțăminte. În 1996 fundația a deschis orfelinatul Viață și Lumină. Prin porțile fundației au trecut 1.400 de copii, dar peste 500 au locuit efectiv la Viață și Lumină. Astăzi sunt oameni mari cu familie, slujbă, credință în Dumnezeu.

Legea românească prevede ca centrele de plasament să se închidă la sfârșitul anului

2020, iar acestea să fie înlocuite cu case de tip familial cu 12-15 copii. În prezent, fundația are în grijă **27 de copii**. Pentru ca aceștia să rămână în continuare în familia Viață și Lumină, fundația a hotărât să amenajeze două case de tip familial folosind cele două clădiri pe care le are în proprietate.

Cu sprijinul Kaufland România, fundația a reușit să renoveze cele două case, astfel încât acestea să poată primi copiii în siguranță.



ADOPTĂ UN LICEAN



Adoptă un licean este cel mai longeviv proiect al Fundației de Sprijin Comunitar, implementat cu sprijinul Kaufland România. Prin proiect, sunt oferite anual **30 de burse** tinerilor defavorizați din mediul rural care vor să meargă la liceu.

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.

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.

Provocările aduse de pandemia COVID-19 s-au dovedit o piatră de încercare pentru tinerii sprijiniți prin program și familiile acestora. În cele mai multe cazuri ei au avut acces limitat la instrumentele de învățare online, iar familiile lor, care oricum se confruntau cu probleme sociale serioase, au intrat destul de rapid în criză, sărăcia și dificultățile economice lovindu-i din plin. Cu toate acestea tinerii s-au dovedit extrem de responsabili și conștiincioși, astfel încât niciunul nu a abandonat școala și toți au reușit să încheie anul școlar trecut cu medii onorabile. Mai mult decât atât, ei participă regulat la activitățile de voluntariat ale FSC, oferindu-și timpul liber și abilitățile pentru a fi la rândul lor de ajutor celor ce au nevoie.

De peste un an și jumătate provocările aduse de pandemia COVID-19 s-au dovedit o piatră de încercare pentru tinerii sprijiniți prin program și familiile acestora. În cele mai multe cazuri ei au avut acces limitat la instrumentele de învățare online, iar familiile lor, care oricum se confruntau cu probleme sociale serioase, au intrat destul de rapid în criză, sărăcia și dificultățile economice lovindu-i din plin. Cu toate acestea tinerii noștri s-au dovedit extrem de responsabili și conștiincioși, astfel încât niciunul nu a abandonat școala și toți au reușit să încheie anul școlar trecut cu medii onorabile. Mai mult decât atât, ei participă regulat la activitățile de voluntariat ale FSC, oferindu-și timpul liber și abilitățile pentru a fi la rândul lor de ajutor celor ce au nevoie. Cu sprijinul Kaufland România, unul dintre cei mai constanți susținători ai educației în România, am îmbunătățit simțitor, în ultimii 12 ani, accesul la educație al unui număr de peste 300 de elevi provenind din medii rurale defavorizate! Mulțumim Kaufland pentru tot ceea ce faceți!



GABRIELA ACHIHĂȘ
Președinte FSC

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.

NR. PROIECTE

1

● Adoptă un licean

Fundația Comunitară Alba

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Fundației Comunitare Alba este de a îmbunătăți viața locuitorilor din județul Alba prin mobilizarea și distribuirea de resurse pentru inițiative de dezvoltare locală.

NR. PROIECTE 1

- Ajutăm seniorii

AJUTĂM SENIORII

În cadrul proiectului, cu sprijinul Kaufland România, Fundația Comunitară Alba a distribuit 10.000 de măști medicale de protecție către vârstnicii cu pensii mici din județul Alba.

Pe parcursul celor trei zile, între 100 și 150 de vârstnici au venit zilnic la Casa de Cultură a Studenților Alba Iulia pentru a-și ridica pachetele cu măști medicale de protecție, totul realizându-se în condiții de maximă siguranță, într-un spațiu aerisit permanent. În total, **400 de pensionari** au primit câte un pachet a câte 25 de măști.

Acțiunea de distribuire a măștilor s-a realizat în „Săptămâna voluntariatului”, manifestare organizată de Casa de Cultură a Studenților, având ca parteneri Fundația Comunitară Alba și Liga Studenților din Universitatea „1 Decembrie 1918” Alba Iulia.

Protejarea vârstnicilor în contextul pandemiei Covid-19 rămâne o preocupare importantă pentru Fundația Comunitară Alba și Kaufland România, această categorie de vârstă fiind cea mai vulnerabilă în fața noului coronavirus.



Asociația Geeks for Democracy

○ partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Geeks for Democracy este creșterea implicării civice (sporirea numărului de voluntari din societate și a resurselor oferite de aceștia – timp, donații în bani sau bunuri) cu precădere în rândul tinerilor cu educație și venituri peste medie, familiarizați cu noile tehnologii și cu o nouă paradigmă socială (cei ale căror profesii nu existau sau erau foarte puțin dezvoltate acum 30 de ani).

NR. PROIECTE 1

- Cumpărături la ușa ta

CUMPĂRĂTURI LA UȘA TA

Odată cu apariția primelor cazuri de COVID-19 în țara noastră și cu instalarea stării de urgență, Asociația Geeks for Democracy a lansat platforma „Cumpărături la ușa ta”, o inițiativă menită să îi ajute pe bătrâni și pe cei care nu se pot deplasa la magazin, astfel încât aceștia să rămână în siguranță acasă. Voluntarii livrează gratuit pachete cu alimente persoanelor vulnerabile, aceștia din urmă achitând doar costul produselor.

Pentru ca voluntarii să petreacă cât mai puțin timp în magazin și să ajungă mai repede la beneficiari, Kaufland a introdus în sistemul de livrare pachete deja pregătite cu alimente de strictă necesitate. Pentru comenzi sunt

disponibile două tipuri de pachete de alimente perisabile și neperisabile, al căror conținut a fost pregătit în colaborare cu medicul Simona Tivadar.

În primă fază, serviciul a fost disponibil numai în București și județul Ilfov, însă inițiatorii proiectului au extins serviciul și în alte orașe unde există inițiative similare. Cu sprijinul Kaufland România, serviciul a ajuns și în Brăila și a avut **138 de beneficiari**.

În plus, Kaufland România a asigurat și dezinfectanți și mănuși de unică folosință celor peste **200 de voluntari**.



Asociația Act for Tomorrow

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Rolul organizației noastre 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 2020

8,55 mil. lei

DIN CARE

60% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

● #ACUM

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? *profundimea 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
Nu este cazul

#ACUM



Începând cu 24 martie 2020, Kané – New Romanian Cuisine a devenit temporar o bucătărie comunitară, ce a servit mâncare gustoasă eroilor din prima linie: medicii și asistentele din spitale, dar și celor mai vulnerabili și totodată celor care, prin natura jobului, nu au putut sta acasă. Această reinventare a însemnat un proces complex de transformare și reorganizare a fluxurilor interne, punând la punct un program drastic de igienă și verificare a produselor, a colegilor implicați și a spațiului în care s-a gătit.

Inițiativă de solidaritate a avut la bază două paliere. Primul palier a susținut industria printr-un mecanism care angrenează producători și furnizori locali ce au putut ingrediente într-o perioadă în care întreaga industrie Horeca era închisă, precum și bucătari de la alte restaurante care și-au suspendat temporar activitatea. Al doilea palier a susținut medicii și personalul medical care lucrează neobosit în spitalele din București și care au primit zilnic preparate hrănitoare. Pentru a învinge, este nevoie de resurse, iar mâncarea de bună calitate este o resursă indispensabilă pentru aceștia.

În decursul a peste două luni de campanie, echipa Kané – New Romanian Cuisine a pregătit și a donat 15.100 de meniuri, respectiv **45.300 porții de mâncare**. Dintre acestea, 11.730 de meniuri au fost donate medicilor din prima linie, de la Institutul de Pneumoftiziologie Marius Nasta, Spitalul Clinic de Boli Infecțioase și Tropicale Dr. Victor Babeș, Spitalul de Urgență Floreasca, Institutul Oncologic Alexandru Trestioreanu și Spitalul Clinic de Copii Marie Skłodowska Curie.

Alte 3.370 meniuri au fost donate către persoane vulnerabile, cu sprijinul Asociației Act for Tomorrow, Asociației Studenților la Construcții din București și Asociației Geeks For Democracy / Cumpărături la ușa ta.

O echipă de 11 bucătari (dintre care 4 au venit din echipele restaurantelor Noua, Le Bab, Fish House să ajute echipa Kané) au lucrat peste 3.750 ore să le pregătească, iar 46 de voluntari au distribuit meniurile către familii din medii defavorizate și vârstnici, categorie de populație profund afectată de pandemie.

*Proiectele dezvoltate de Asociația Act for Tomorrow, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Mediu și Social

Combaterea efectelor negative generate de pandemia COVID-19

Pandemia COVID-19 ne-a schimbat viața tuturor într-un mod profund, însă o astfel de criză are un impact disproporționat asupra grupurilor marginalizate. De aceea eforturile noastre s-au concentrat pe sprijinirea celor mai vulnerabili oameni din societate, atât prin partenerii noștri din sectorul neguvernamental, cât și prin suportul acordat instituțiilor statului.

În 2020, Kaufland România a sprijinit mai multe inițiative menite să combată efectele negative ale pandemiei asupra persoanelor dezavantajate.

Autoritatea Națională pentru Drepturile Persoanelor cu dizabilități, Copii și Adopții - Susținerea copiilor și adulților din centre rezidențiale

Kaufland România a susținut sistemul de protecție a copilului și cel destinat persoanelor adulte cu dizabilități pentru acoperirea cheltuielilor neanticipate generate de situația de criză, prin acordarea Direcțiilor Generale de Asistență Socială și Protecția Copilului din 41 de județe și cele 6 sectoare din București tichete sociale în valoare totală 1.128.000 lei. Peste 27.000 de persoane vulnerabile au primit produse alimentare și produse de igienă.

Consiliul Național al Dizabilității - Nu ești singur

Kaufland România a susținut Consiliul Național al Dizabilității pentru dezvoltarea proiectului social „Nu ești singur” la nivel național, pentru achiziția de produse alimentare și igienico sanitare. Astfel, 480 de persoane cu dizabilități au fost ajutate să depășească starea de izolare socială, în contextul generat de pandemia de COVID-19.

Tichetele sociale au fost distribuite către opt organizații ce fac parte din CNDR: Asociația Persoanelor cu Handicap Neuromotor din România (AHNR), Asociația „Ridică-te și umblă”, Asociația Națională a Surzilor din România, Asociația Nevăzătorilor din România, Asociația Distroficiilor Muscular din România (ADMR), Asociația RENINCO – Rețeaua Națională de Informare și Cooperare pentru Integrarea în Comunitate a Copiilor și Tinerilor cu Cerințe Educative Speciale, Asociația Națională pentru Copii și Adulți cu Autism din România, Asociația Invalizilor de Război Nevăzători.



Asociația Societatea Studenților în Medicină din București - 6.000 de viziere pentru medici

La debutul pandemiei, din spitale lipseau numeroase echipamente de protecție necesare cadrelor medicale în lupta cu noul coronavirus. Așa a luat naștere inițiativa Viziere.ro – o comunitate de makeri care a început să producă viziere de protecție și să le distribuie gratuit medicilor.

Cu sprijinul Kaufland România, 6.000 de astfel de viziere au fost distribuite prin intermediul Asociației Societatea Studenților în Medicină din București.

Act for Tomorrow – Acționăm pentru sănătate

Kaufland România a achiziționat 100.000 de recoltoare pentru exudat nazal și faringian/ mediu transport viral, necesare pentru realizarea testelor de diagnostic molecular pentru depistarea COVID-19, pe care le-a donat Ministerului Sănătății.

În plus, tot cu ajutorul Act for Tomorrow, 100 de echipamente IT au fost donate Direcțiilor de Sănătate Publică pentru a putea gestiona fluxul crescut de informații legate de pandemia COVID-19.

Proiecte adiționale

Fundația Sfântul Francisc

susținerea a 50 de copii din cadrul căminului „Sfântul Iosif”, Sovata, județul Mureș

Asociația pentru Handicapați Psihici Caraș-Severin

Pachete de Crăciun

Ringier Foundation

Sprijin pentru copiii fără copilărie

Asociația Speranță pentru Buzoieni

Pachetul de prânz

Asociația Dăruiește Viață
...144

Organizația Salvați Copiii
...147

Fundația HOSPICE Casa
Speranței ...152

Asociația pentru
Responsabilitate Socială
PLAN B ...155

Fundația Filantropică
Metropolis ...158

Asociația Funky Citizens ...160

Asociația Club Sportiv Climb
Again ...161

Asociația Untold ...164

Asociația Simte Românește
...166

Asociația 11even ...167

Fundația Inovații Sociale
Regina Maria ...169

Asociația Zi de Bine ...171

Asociația Smart Society ...172

Asociația Ateliere Fără
Frontiere ...173

Fundația pentru SMURD
...175

Asociația Clubul Sportiv Sibiu
Sport Project ...177

Asociația Industrii Creative
...180

Fundatia Română de
Neurologie și Epileptologie
...182

Asociația Română pentru
Intoleranță la Gluten ...184

Asociația Centru Terapeutic
Marea Neagră de Sprijin a
Persoanelor cu Autism ...186

Asociația Sportivă Rugby
Club Antonio JR ...188

Sport & Sănătate

20 ASOCIAȚII PARTENERE

32 PROIECTE

1.327.744 BENEFICIARI

Asociația Dăruiește Viață

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Dăruiește Viață își propune să ofere șanse în plus la viață pacienților adulți și copii din România, prin proiecte de infrastructură medicală cu impact pe termen lung.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

89,9 mil. lei

DIN CARE

2,57% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Spitalul Modular ATI Piatra Neamț**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

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

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 desfășurat proiecte și într-o altă zonă: spitale modulare, donații echipamente suport COVID-19

SPITALUL MODULAR ATI PIATRA NEAMȚ



Kaufland România s-a alăturat demersului asociației Dăruiește Viață și a contribuit cu suma de 250.000 de euro la construcția Spitalului Modular ATI Piatra Neamț, în cadrul inițiativei Împreună pentru Moldova, lansată pentru a ajuta spitalul județean, afectat de incendiul din noiembrie 2020.

Secția de ATI a Spitalului Clinic Județean de Urgență Piatra Neamț (SCJU), unde erau tratați pacienții cu COVID-19, a ars aproape în totalitate la finalul anului 2020. În contextul pandemiei și a evoluției greu de anticipat a acesteia, noul spital modular a venit în ajutorul SCJU Piatra Neamț să gestioneze eficient și în beneficiul pacienților și a cadrelor medicale cazurile care au nevoie de terapie intensivă.

Secția ATI este inima oricărui spital de urgență, pentru că deservește nu doar pacienții infectați cu coronavirus, ci și traumele, urgențele medicale, pacienții post-operator etc. Noul Spital Modular din Piatra Neamț construit de Dăruiește Viață cu sprijinul donatorilor și al sponsorilor privați funcționează ca o secție exterioară de ATI, creată în conformitate cu normele specifice unei secții ATI, care le permite cadrelor medicale și pacienților să lupte pentru viață.

Denumit Spitalul Modular 2 Piatra Neamț, acesta este al doilea spital de acest tip ridicat de Asociația Dăruiește Viață în România, după Spitalul Modular 1 Elias în București.

Spitalul cuprinde:

- 17 paturi, grupate în 3 saloane și o rezervă de tip izolatoar;
- Filtre pacienți;
- Zonă de donning și doffing (echipat și dezechipat) pentru personalul medical;
- Laborator de analize medicale și sterilizare;
- Depozite materiale, vestiare, grupuri sanitare;
- Post supraveghere;
- Cameră gardă;
- Platformă tehnică pentru amplasarea CTA-urilor și chillerelor;
- Spațiu tehnic pentru rețelele de fluide medicale.

În prezent, dat fiind numărul în creștere al cazurilor de infectare cu virusul SARS-COV-2, spitalul modular este folosit la capacitate maximă.

Moldova a avut nevoie de sprijinul nostru după incendiul de la Spitalul Județean Neamț, din noiembrie 2020, incendiu care a paralizat practic activitatea spitalului de urgență. Ne-am bucurat să avem oameni și sponsori care au înțeles importanța proiectului și care s-au alăturat cu o donație, astfel încât acest spital să fie operațional și să trateze pacienți în stare gravă.

OANA GHEORGHIU

Fondatoare Dăruiește Viață

Spitalul Modular ATI Piatra Neamț a repornit inima spitalului județean. Pentru că oamenii și partenerii Dăruiește Viață au arătat că le pasă și că nu-și pot întoarce privirea de la tragedia care a avut loc acolo. Un alt lucru extraordinar legat de acest spital este faptul că a fost construit à la carte, de specialiști, cu instalații de filtrare a aerului, cu presiune negativă, cu instalație de gaze medicale și tot ceea ce are nevoie o secție de terapie intensivă. Fără improvizații și fără merge și așa.

CARMEN USCATU

Fondatoare Dăruiește Viață



foto: Cornel Brad



foto: Brândușa Bălan

Organizația Salvați Copiii

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Salvați Copiii este o lume în care fiecărui copil îi este respectat dreptul la viață, protecție, dezvoltare și participare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

35 mil. lei

DIN CARE

8,45% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

3

- **Alegeri sănătoase - Program de educație pentru un stil de viață sănătos pentru copii și adolescenți**
- **Să fim prieteni - Fără bullying**
- **Fondul de urgență Salvați Copiii**

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? *profundimea 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
Am fost nevoiți să amânăm proiecte
Efort mai mare și timp suplimentar al echipelor din proiecte pentru adaptarea activităților noului context

ALEGERI SĂNĂTOASE - PROGRAM DE EDUCAȚIE PENTRU UN STIL DE VIAȚĂ SĂNĂTOS PENTRU COPII ȘI ADOLESCENȚI



Principalele activități din cadrul proiectului au constat în derularea de sesiuni de informare pentru copii și tineri, structurate pe patru teme principale: nutriție și exercițiu fizic, prevenirea comportamentului de consum (alcool, fumat, droguri), prevenirea violenței și promovarea relațiilor pozitive (sănătatea emoțională a copiilor), educație sexuală.

Activitățile proiectului au fost implementate în **276 unități de învățământ** și au constat în susținerea unor sesiuni de informare, 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).

Odată cu declararea stării de urgență în 2020, sesiunile informative au fost susținute online prin intermediul diferitelor platforme utilizate de cadrele didactice (Zoom, Google Meet, Teachable, Classroom etc.). Sesiunile din această perioadă au fost derulate la orele de dirigenție sau alte materii ale profesorilor participanți, primind reacții pozitive din partea elevilor și interes pentru abordare de noi teme conexe.

Temele generale au avut predominant legătură cu diverse aspecte impuse de perioada izolării și COVID-19, atingând aspecte privind starea de sănătate, nutriția, activități/educația online, cât și informarea corectă privind noul virus și siguranța online.

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.

Pentru a asigura accesul copiilor și tinerilor la informații corecte pe tema educației sexuale, Salvați Copiii a încheiat un protocol de colaborare prin care oferă consiliere online în cadrul platformei Sexul vs. Barza. 1749 de adolescenți și tineri au solicitat informații și au primit răspunsuri care i-au ajutat să soluționeze problemele cu care se confruntă.

Pentru a asigura dreptul copiilor la opinie și participare, în cadrul proiectului a fost organizată cea de-a XX-a ediție a Forumului Național al Copiilor. Evenimentul a fost desfășurat online și au participat 100 de copii din București și 12 județe ale țării. Premergător evenimentului, Salvați Copiii a inițiat un sondaj de opinie online prin care aproximativ 4400 de copii și-au exprimat opiniile despre cum i-a afectat perioada stării de urgență cauzată de pandemia COVID-19. În urma analizei răspunsurilor copiilor, în cadrul atelierelor Forumului au fost dezbătute principalele probleme cu care s-au confruntat, tema majoră fiind restabilirea dreptului la educație pentru toți copiii, prin asigurarea condițiilor necesare pentru participare la școala atât fizic, cât și online. Recomandările au fost discutate cu reprezentanții Ministerului Educației și ai Autorității Naționale pentru Drepturile Persoanelor cu Dizabilități, Copii și Adopții, în cadrul a două întâlniri online.

Activitățile proiectului s-au desfășurat în 93 de localități în cele 15 zone în care Organizația Salvați Copiii își desfășoară activitatea principală – București, Iași, Mangalia, Craiova, Târgu Mureș, Timișoara, Suceava, Brașov, Petrila, Reșița, Pitești, Piatra Neamț, Negrești, Târgoviște, Constanța, în perioada martie 2020 – februarie 2021.

Număr de beneficiari direcți: **26.751 de elevi** cu vârste cuprinse între 4 și 18 ani, din toate ciclurile de școlarizare – preșcolar, primar, gimnaziu, liceu; 294 voluntari, 673 de cadre didactice și cadre medicale implicați în derularea activităților informative, 83 reprezentanți ai partenerilor locali.

Număr de beneficiari indirecti: 150.000 de persoane (elevi, colegi ai școlilor în care s-a desfășurat proiectul, alte cadre didactice, cadre medicale, specialiști și experți în domeniul educației și ai protecției copilului, alți membri ai comunităților locale).

Având în vedere interesul crescut față de temele abordate, feedback-ul pozitiv primit din partea elevilor și a școlilor partenere și elaborarea programului modular de educație

pentru sănătate, activitățile întreprinse au creat premisele pentru continuarea sesiunilor de informare, extinderea și în alte locații a programului și pentru demararea de inițiative de lobby și advocacy. Ca urmare a demersurilor realizate de Salvați Copiii, au fost aduse modificări legislative prin care educația pentru sănătate ar fi trebuit să fie inclusă în planurile de învățământ, din anul școlar 2020-2021. Cu toate acestea, până în prezent nu a fost stabilit modul de desfășurare a programului în școli, fiind necesară în continuare intervenția punctuală, monitorizarea și facilitarea implementării în școli a măsurilor privind desfășurarea orelor de educație pentru sănătate, inclusiv prin îmbunătățirea documentelor curriculare existente, precum și prin dezvoltarea programelor pentru a cuprinde alte teme conexe educației pentru sănătate precum consumul responsabil de alimente și impactul mediului înconjurător asupra sănătății (promovarea reducerii, reutilizării și reciclării deșeurilor).

SĂ FIM PRIETENI – FĂRĂ BULLYING



Pe parcursul anului 2020, programul a fost implementat în 5 grădinițe din București (Grădinița Brândușa, Grădinița 208, Grădinița 210, Grădinița 211, Grădinița 272).

Proiectul a presupus desfășurarea de activități specifice programului de către cadrele didactice formate, cu implicarea unui număr de 450 de copii, formarea unui număr de 24 cadre didactice pentru aplicarea metodologiei Free of Bullying, activități de suport asigurate de o echipă de psihologi pentru un număr de 44 de cadre didactice în derularea de activități cu copiii și părinții, sesiuni de informare a părinților.

Proiectul este implementat în parteneriat cu Ministerul Educației și Centrul Municipiului București de Resurse și Asistență Educațională începând cu luna noiembrie 2019 și are ca obiective:

- crearea de relații pozitive între copii-copii și între copii-adulți;
- dezvoltarea abilităților copiilor 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;
- integrarea celor 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;
- îmbunătățirea documentelor curriculare existente la nivelul grădinițelor, astfel încât să corespundă nevoilor reale ale copiilor de dezvoltare socio-emoțională.

Rezultate:

- **450 de copii** și-au dezvoltat abilitățile socio-emoționale, autonomia și independența;
- **800 de părinți** și-au îmbunătățit capacitatea de implicare în vederea creării unui mediu social pozitiv și abilitățile parentale în vederea reducerii riscului de abuz și neglijare în mediul familial;
- specialiștii din 5 grădinițe și-au îmbunătățit competențele privind gestionarea situațiilor conflictuale dintre copii (**24 cadre didactice** formate, **44 de cadre didactice** care au beneficiat de sprijin din partea echipei de psihologi a Salvați Copiii);
- îmbunătățirea climatului social de dezvoltare pentru copii în cele 5 grădinițe vizate.

Un climat educațional armonios se reflectă în starea de bine a copiilor, reducerea episoadelor violente, creșterea gradului de incluziune a copiilor cu CES, reducerea situațiilor conflictuale între părinți sau între părinți și cadre didactice.

Transformarea tiparelor comportamentale copii – copii, copii – cadre didactice, cadre didactice – părinți a generat o transformare a climatului educațional. S-a modificat modul în care cele trei grupuri se raportează la procesul educațional. În cele 5 grădinițe, adulții au devenit mai responsabili în felul în care comunică, și-au asumat valori comune și susținuți de specialiștii Salvați Copiii au transformat grădinițele în comunități educaționale bazate pe respect, toleranță, grijă și curaj.

FONDUL DE URGENȚĂ SALVAȚI COPIII



Ca urmare a pandemiei de coronavirus, care a pus presiune majoră pe sistemul medical, Salvați Copiii a deschis un fond de urgență pentru sprijinirea imediată a spitalelor în cadrul unei campanii naționale, având ca punct de interes major secțiile de primire în regim de urgență pentru copii, maternități și secțiile de terapie intensivă pentru nou-născuți.

În urma solicitărilor urgente primite de la spitale din țară, organizația a achiziționat prioritar echipamente și materiale medicale indispensabile în lupta medicilor. 57 de unități medicale și de îngrijire pacienți și 79 de cabinete de medicină de familie au primit echipamente de protecție și aparatură performantă. Peste **6.800 de cadre medicale** au fost astfel sprijinite în lupta contra pandemiei cu peste 273.609 echipamente și materiale medicale indispensabile.

Cu ajutorul Kaufland România au fost achiziționate echipamente performante, 2 incubatoare și un ventilator pentru secția de neonatologie a Maternității Bucur din cadrul Spitalului Clinic de Urgență Sf. Ioan, care le-au oferit medicilor sprijin în tratarea copiilor monoponderali născuți cu probleme sau a copiilor născuți prematur. De asemenea, au fost achiziționate echipamente de protecție pentru prevenirea și limitarea răspândirii infecției cu virusul SARS-CoV-2. Beneficiarii direcți au fost **100 de medici**, iar peste **1.000 de copii** cu probleme asociate prematurității vor beneficia de echipamentele achiziționate.

Fondul de urgență pentru spitale este o inițiativă pentru sprijinirea sistemului medical în contextul pandemic. Organizația Salvați Copiii a solicitat Guvernului luarea de măsuri imediate de prevenire a contaminării cu SARS-CoV-2 a personalului medical din maternități și a reprezentat un suport constant pentru medici.

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.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

25,6 mil. lei

DIN CARE

2,92% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

- Echipa mobilă Kaufland. Model de îngrijire comunitară pentru copii cu boli incurabile
- Copacul Dorințelor. Amintiri din copilărie

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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



ECHIPA MOBILĂ KAUFLAND. MODEL DE ÎNGRIJIRE COMUNITARĂ PENTRU COPII CU BOLI INCURABILE



Studiile sociologice arată că, în România, mai mult de jumătate dintre pacienții care suferă de cancer preferă să fie îngrijiți în confortul propriei case de echipe specializate în paliativă. Pacienții HOSPICE Casa Speranței beneficiază de intervenții medicale la domiciliu, îngrijiri de nursing, intervenții de ordin social, ședințe de kinetoterapie, sesiuni de consiliere psihologică și spirituală.

În 2020, sprijinul Kaufland România a însemnat:

- **75 pacienți și 309 aparținători** sprijiniți prin intervenții specializate de îngrijiri paliative;
- 459 vizite la domiciliu pentru copii și adulți din Brașov și localități învecinate;
- 1.156 sesiuni de monitorizare la distanță pentru pacienți și aparținători;
- 438 sesiuni educaționale oferite la domiciliu pentru pacienți și aparținători copii oferite în București și în localități învecinate.

COPACUL DORINȚELOR: AMINTIRI DIN COPILĂRIE



În premieră pentru industria cinematografică de la noi, „Copacul dorințelor” este primul lungmetraj caritabil din România, inspirat din realitatea dură a copiilor care înfruntă un diagnostic incurabil.

Scenariul filmului este scris de Mihai Mănescu (manager comunicare & brand Fundația HOSPICE Casa Speranței), Andrei Huțuleac și Matei Dima (co-scenarist, producător și actor), care se implică pro bono în acest proiect. Filmul în regia lui Andrei Huțuleac are ca punct de plecare poveștile adevărate ale mai multor copii pacienți ai fundației. Deși inspirat dintr-o realitate dureroasă, lungmetrajul își propune să transmită un mesaj despre speranță, fiind totodată o incursiune în lumea fantastică a uneia dintre cele mai importante opere literare pentru copii, „Amintiri din copilărie” a lui Ion Creangă.

Din distribuție mai fac parte Maya Prediger, Teodor Corban, Matei Dima (BRomania), Cosmin Nedelcu (Micutz), Corneliu Ulici, Ada Condeescu și alții.

Deși pandemia de COVID-19 a oprit temporar desfășurarea acestui proiect, filmările au început în septembrie 2020 – cu

sprijinul Kaufland România – la Suceava și au continuat în București și împrejurimi, respectând cu strictețe normele de igienă și protecție impuse de contextul epidemiologic.

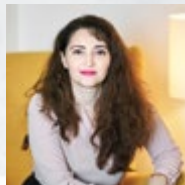
Scenariul are ca punct de plecare poveștile adevărate ale mai multor copii pacienți ai fundației. Filmul caritabil este totodată un apel la solidaritate și la implicare și subliniază câte se mai pot face pentru copiii care aud un rece și descurajant „nu se mai poate face nimic”.

Misiunea filmului este aceea de a transforma un subiect dificil și delicat într-un film care poate fi vizionat de toți membrii unei familii, indiferent de vârstă, fiind totodată o metaforă pentru speranță și iubire.

Încasările se vor îndrepta în totalitate către HOSPICE Casa Speranței și către îngrijirea gratuită a celor **4.000 de mici pacienți**.

Lungmetrajul „Copacul dorințelor: Amintiri din copilărie” este produs de Prietenii Casei Speranței, Colorbitor Productions și Viva la Vidra, în parteneriat cu Chainsaw Europe, și distribuit de Vertical Entertainment.

De peste 7 ani, Kaufland România este un partener strategic pentru HOSPICE Casa Speranței, iar această colaborare pe termen lung ne oferă posibilitatea să oferim îngrijire paliativă gratuită, la cele mai înalte standarde, pentru un număr cât mai mare de pacienți. Anul 2020, cu toate provocările sale neașteptate și severe, 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 HOSPICE Casa Speranței

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B oferă servicii pentru îmbunătățirea calității vieții, educația nutrițională și ecologică fiind principalele obiective prin care cât mai mulți beneficiari să primească informațiile și instrumentele necesare pentru o viață sănătoasă, cu impact minim asupra mediului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,16 mil. lei

DIN CARE

85% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

- Caravana Akademia Kinderland
- Aplicația Akademia Kinderland

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii /
comportamentului
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profunditatea 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

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

CARAVANA AKADEMIA KINDERLAND & APLICAȚIA DIGITALĂ



Caravana Akademia Kinderland este școala mobilă de nutriție pe roți, realizată cu ajutorul unui vehicul expozițional, în care copiii învață prin metode non-formale și interactive despre alimentația corectă. În 2020, caravana a ajuns în Cluj-Napoca, Oradea, Alba Iulia, Sibiu, Brașov, Constanța, Mangalia, Năvodari.

Copiii sunt îndrumați de personal prin stațiile decorate atractiv, unde află cum arată farfuria ideală, cum funcționează corpul uman în raport cu mâncarea, cum se combină corect alimentele, ce înseamnă gustare sănătoasă și cum să evite risipa alimentară.

Butaforii, fructe și legume sub formă de exponate gigant, stații de explorat, jocuri pe tabletă, informații și curiozități despre toate categoriile de alimente sunt disponibile în caravană.

Programul Akademia Kinderland, gândit în jurul mobilității, sprijină eforturile părinților și ale cadrelor didactice în eforturile de a-i ajuta pe cei mici să deprindă obiceiuri sănătoase, cu impact pe termen lung.

Potrivit specialiștilor, una dintre consecințele izolării sociale din timpul pandemiei a fost creșterea obezității infantile, în contextul în care copiii nu au mai avut activitate fizică și a existat tentația de a consuma mai des hrană nesănătoasă, precum fast-food, dulciuri, sucuri etc.

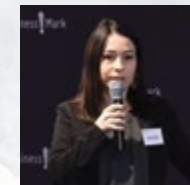
Cel mai recent studiu european cu privire la obezitatea infantilă arată că în România, 7% dintre copii nu iau niciodată micul dejun, iar unul din 4 copii de 8 ani are probleme de greutate și unul din 10 suferă de obezitate.

În anul 2020, proiectul a avut **5.500 de beneficiari direcți** și 10.000 de beneficiari indirecti.

Din luna iunie 2021, Akademia Kinderland a luat forma unei aplicații digitale dedicate copiilor, prima de educație nutrițională în limba română, cu jocuri și demonstrații unice.

Akademia Kinderland este o aplicație educativă care îi învață pe cei mici, într-un mod interactiv și amuzant, cum să mănânce corect pentru a fi sănătoși și plini de energie. Absolvind toate cele cinci cursuri ale Akademiei și descoperind toate secretele din Campus, copiii vor afla informații esențiale despre nutriție, pe care le pot aplica ușor în viața de zi cu zi.

Educația reprezintă cheia pentru îmbunătățirea calității vieții fiecăruia dintre noi, iar PLAN B, ca ONG care a ales implicarea, acționează pentru creșterea responsabilității sociale și crede în business sustenabil. Educația este un domeniu prioritar pentru PLAN B și Kaufland România, astfel colaborarea noastră face posibile, de mai mulți ani, schimbările vizate la nivel profund.



OANA DUMITRIU
Președinte Plan B



Fundația Filantropică Metropolis

© partener comunitar de tradiție

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.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

7,2 mil. lei

DIN CARE

2,8% susținut de Kaufland România

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? *profunditatea 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

SPITALE PUBLICE DIN BANI PRIVAȚI



După o serie de acțiuni caritabile desfășurate în cadrul Institutului Clinic Fundeni, în perioada 2016 - 2019, în vara anului 2019, Fundația Metropolis pornește un proiect de izolare a acoperișului spitalului. Mai târziu, în august 2020, cu destul de multe emoții dar și cu o considerabilă cantitate de curaj, lansează proiectul Spitale Publice din Bani Privați. Scopul acestui proiect este de a aduce toate spitalele din România la standardele din vest, prin proiecte de renovare, reamenajare, reabilitate și dotare cu echipamente moderne.

Renovarea și reamenajarea secției de Hematologie Pediatrică a Institutului Clinic Fundeni reprezintă prima etapă a acestui proiect.

În ciuda pandemiei și a dificultăților care au apărut în mod inevitabil pe parcursul unei lucrări de asemenea anvergură, la final proiectul a însemnat:

- Saloane dotate cu băi proprii, echipate complet;
- Instalație electrică cu alimentare proprie și tablouri electrice noi, echipate modern, iluminat led;
- Instalații sanitare noi, instalație termică refăcută, radiatoare înlocuite;
- Instalație de gaze medicale echipată cu rampe oxigen/aer de ultimă generație;
- Instalație de detecție, semnalizare și alarmare în caz de incendiu;
- Pereți refăcuți și acoperiți cu PVC de înaltă calitate, cu aviz medical antibacterian;
- Birouri și vestiare personal renovate cu aceleași materiale ca în saloane;
- Mobilare integrală a saloanelor cu mobilier făcut pe comandă.

Fundația Filantropică Metropolis a găsit în Kaufland România un partener care a asigurat și asigură în continuare 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

Director

*Proiectele dezvoltate de Fundația Filantropică Metropolis, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Sport & Sănătate

Asociația Funky Citizens

○ partener comunitar nou

NR. PROIECTE 1

● Robot autonom de sterilizare

ROBOT AUTONOM STERILIZARE

După ce a lansat primul prototip de robot de dezinfectie cu ajutorul radiației UV-C, laboratorul de cercetare și dezvoltare Modulab din București a lansat o campanie de crowdfunding pentru a putea produce cât mai multe exemplare de roboți autonomi cu care să ajute spitalele din România în lupta contra coronavirusului. Inițiativei i s-au alăturat și organizațiile Dăruiește Viața, Funky Citizens, Romanian United Fund.

În prezent, spitalele din România se confruntă cu două mari probleme: răspândirea noului coronavirus în spitalele care nu sunt desemnate pentru pacienții Covid-19, afectând cadre medicale și bolnavi vulnerabili, și infecțiile nosocomiale, ca urmare a suprainfectării pacienților cu bacterii și fungi multirezistente la antibiotice.

Cu sprijinul Kaufland România, robotul a ajuns la Spitalul Clinic de Urgență București.

Radiația UV-C este cea mai eficientă metodă de neutralizare diferitelor tipuri de microorganisme patogene, fiind eficientă și împotriva virusului COVID-19. Robotul MUV Smart creat de Modulab are o putere mare de sterilizare, nu expune operatorii umani și poate naviga spații complexe evitând coliziunile, poate detecta prezența oamenilor pentru a-și dezactiva lămpile și poate fi supravegheat și controlat de la distanță, cu ajutorul unei aplicații Android.

Din punct de vedere tehnic, MUV este un sterilizator mobil care omoară bacterii și virusuri printr-o tehnologie folosită deja pe plan mondial – iradierea germicidă prin ultraviolet. Poate acoperi 20m² în mai puțin de 15-minute, acționând direct asupra acidului nucleic al microorganismelor patogene, anulând capacitatea lor de reproducție.

Robotul a fost produs de grupul care a creat primii roboți autonomi din România, Agora Robotics, ce aparține companiei românești Modulab, cu peste 15 ani de experiență în cercetare, dezvoltare și prototipare.



Asociația Club Sportiv Climb Again

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Climb Again este ca, în România, toți copiii și tinerii cu nevoi speciale să aibă șansa să-și atingă propriul potențial, la fel cum o au și persoanele fără dizabilități, prin sport – escaladă – cu focus pe dezvoltarea abilităților de viață independentă și de integrare socială.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,9 mil. lei

DIN CARE

52% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Climb Again HUB

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? *profunditatea 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
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

CLIMB AGAIN HUB



Potrivit Autorității Naționale pentru Persoanele cu Dizabilități, în România sunt înregistrate peste 850.000 de persoane cu dizabilități, din care puțin peste 71.000 sunt copii. Potrivit datelor, doar aproximativ o treime dintre aceștia beneficiază de servicii de recuperare specializate. Insuficiența serviciilor și abordarea specializată a nevoilor lor este foarte mare, diminuând și mai mult șansele lor de integrare în societate.

La Climb Again aceștia au un cadru în care să-și dezvolte abilitățile necesare unei vieți independente prin sesiuni gratuite de terapie prin escaladă, kinetoterapie și consiliere psihologică pentru copii și tineri cu dizabilități: deficiență de vedere, de auz, tulburare de spectru autist, tulburări neuromotorii, deficiențe asociate. Cei cu vocație sportivă fac parte din echipa Lotului Național de Paraclimbing și au un palmares competițional complex.

Escalada este recunoscută la nivel mondial ca fiind unul din sporturile cu cele mai multe beneficii pentru copiii cu dizabilități dezvoltându-le funcțiile fizice, psihice, cognitive și senzoriale. Cu cât serviciile de recuperare încep mai devreme, cu atât cresc șansele de a avea un progres mai rapid în dezvoltare și o integrare socială adecvată.

În 2020 asociația a demarat, alături de Kaufland România, proiectul Climb Again HUB, prin care încurajează independența în rândul copiilor și tinerilor cu deficiențe de vedere din România. Astfel, mini centrele de escaladă s-au transformat într-o rețea de servicii de cățărare și dezvoltare personală pentru copiii nevăzători din toate cele 7 școli speciale din **350 de copii** cu deficiențe de vedere din țară au beneficiat de sesiuni săptămânale de terapie prin escaladă prin

intermediul sălilor de cățărare partenerie și sesiuni lunare de dezvoltare personală și instructaj baston alb.

Asociația a abordat cu precauție și grijă toate problemele generate de contextul epidemiologic. Copiii cu deficiențe de vedere din țară beneficiari ai proiectului au fost susținuți cu device-uri și au putut să își continue antrenamentele în mediul online.

În 2020, asociația:

- a realizat 200 antrenamente (fizice și online) pentru cei 350 beneficiari;
- a dezvoltat 50 de ateliere dezvoltare personală și instructaj baston alb;
- a construit 4 panouri de cățărare în sălile de sport ale școlilor speciale (Târgu-Frumos, Cluj, București și Timișoara);
- a trimis familiilor care aveau nevoie de ajutor 900 tichete sociale.

Dat fiind contextul sanitar, asociația nu a reușit să implementeze în condiții de siguranță Caravana Climb Again, proiect planificat pentru anul 2020, însă a reușit să achiziționeze turnul mobil de cățărare, cu sprijinul Kaufland România. Pe viitor turnul îi va ajuta să interacționeze cu publicul larg și să fie mult mai flexibili în legătură cu locațiile în care pot promova escalada ca sport terapeutic.

Pe 15 octombrie, de Ziua Bastonului Alb, turnul de 7 metri înălțime a fost inaugurat în aer liber, împreună cu prietenii centrului.

Pentru Climb Again sprijinul Kaufland România dovedește că suntem „Puternici împreună”. Le mulțumim că susțin cu încredere terapia prin escaladă a copiilor nevăzători din școlile speciale din România și contribuie astfel la dezvoltarea stimei de sine, a autonomiei și la integrarea lor socială.

CLAUDIU MIU
Președinte



NR. PROIECTE 4

- Blood Network
- UNITED #bineîmpreună
- Un Singur Cluj - cazare pentru medicii din Cluj-Napoca
- Ajutăm familiile izolate din cătunele din Munții Apuseni de Crăciun

BLOOD NETWORK

Organizatorii festivalurilor UNTOLD și Neversea au continuat și în 2020 Campania Blood Network, cea mai longevivă campanie de donare de sânge din țară. Chiar dacă cele două festivaluri și-au amânat edițiile din 2020, reprezentanții lor au decis să continue această campanie într-un an dificil în care spitalele au nevoie disperată de sânge.

Donarea de sânge a scăzut dramatic în primele luni ale anului, așa că organizatorii UNTOLD și Neversea au făcut apel la fani să vină să doneze sânge și să salveze vieți.

Campania de donare de sânge, ajunsă la cea de-a șasea ediție, s-a desfășurat în perioada 8 august și 13 septembrie, în toate centrele de transfuzii din țară, în condiții de siguranță. În zilele de weekend, în centrele de transfuzii din 10 orașe a fost prezentă și caravana mobilă Blood Network. În total, într-un an dificil, în care spitalele s-au luptat cu virusul SARS-CoV-2, dar și cu o criză de sânge, peste

1.450 de persoane au intrat în rețeaua Blood Network să facă o faptă bună și să își ajute semenii. Astfel s-au colectat peste 650 litri de sânge, care au salvat peste **4.300 de bolnavi** din toată țara.

Cei care au donat sânge în zilele de weekend și s-au înscris în rețeaua „Și eu Donez” au primit, la alegere, un bilet de o zi la UNTOLD 2021 sau Neversea 2021 și un voucher de cumpărături de 100 de lei, din partea Kaufland România.

Organizatorii celor două mari festivaluri de muzică din Europa au făcut apel și la pacienții vindecați de Covid-19, să doneze plasmă pentru a salva viețile celor care luptă cu acest virus și sunt în stare critică la ATI. Oamenii s-au mobilizat și cei mai mulți donatori de plasmă au fost în București. Fiecare donator a primit un bilet de o zi la UNTOLD 2021 sau Neversea 2021 și un voucher de cumpărături de 100 de lei, din partea Kaufland România.



UNITED #BINEÎMPREUNĂ



Pentru a veni în sprijinul autorităților odată cu apariția primelor cazuri de COVID-19 în România, organizatorii UNTOLD au lansat inițiativa #bineîmpreună, prin care încearcă să atragă forțe economice pentru sprijinirea spitalelor din țară. Primii pași au fost făcuți chiar de organizatorii festivalului. UNTOLD a donat 100.000 de euro pentru sprijinirea medicilor din Constanța și Cluj, precum și o parte din logistica necesară construirii unui spital mobil la Constanța.

Astfel, UNTOLD a trimis la Constanța 6 tiruri cu echipamente pentru construcția spitalului mobil, conținând 4.000 de metri pătrați de portafloor, 4.000 de metri pătrați de geotextile și 6 tunuri de lumină, din logistica festivalurilor Neversea și UNTOLD. De asemenea, zona de triaj din Spitalul Județean Constanța beneficiază de corturile festivalului și linoleum.

UNTOLD a donat și Spitalelor din Cluj peste 12.000 de teste și consumabile aferente și a contribuit la dotarea tehnologică a centrului de comandă ISU.

Inițiatorii platformei UNITED #Bineîmpreună și-au propus ca aceasta să adune la un loc mesaje optimiste, inițiativele de bine și solidaritatea tuturor românilor, dar și date concrete despre evoluția epidemiei în România.

Bursa de Nevoi UNITED a ajuns și în munții Apuseni, la cei mai izolați oameni. Peste 200 de familii care trăiesc în cătune nu au mai avut acces, în acea perioadă, la alimente și produse de bază, atât de necesare oricând, dar mai ales în acest context. Cele **200 de familii** au primit pachete cu tot ce aveau nevoie de la voluntarii UNITED, Asociația Din Suflet Pentru Apuseni și Kaufland România.

Kaufland România a fost întotdeauna un partener care a susținut și sprijinit campaniile de CSR UNTOLD. Am salvat vieți împreună prin campania Blood Network și am susținut performanța în educație împreună prin campania Bac de 10. Le mulțumim că au fost alături de proiectele noastre chiar și în perioada 2020-2021, în contextul pandemiei, și că împreună am continuat să ne implicăm și să fim un exemplu pentru România.



EDY CHEREJI
UNTOLD UNIVERSE

Asociația Simte Românește

© partener comunitar de tradiție

NR. PROIECTE 1

● #CancelCancer

#CANCELCANCER

În plin context pandemic, când capacitatea de funcționare a spitalelor este semnificativ redusă, AVON și Kaufland România au continuat și în 2020 #CancelCancer, caravana națională de ecografii mamare gratuite.

Începând din 31 iulie, femeile din cele 16 orașe incluse în caravana medicală au putut beneficia de o consultație medicală gratuită. Campaniile s-a desfășurat în 3 etape: prima etapă s-a încheiat la mijlocul lunii august, cea de-a doua etapă a început pe 18 august, iar cea de-a treia etapă în perioada 7 septembrie – 2 octombrie.

Este al patrulea an în care două branduri responsabile și puternic implicate în campanii sociale își unesc forțele pentru o cauză nobilă: reducerea ratei mortalității cauzate de depistarea în stadii terminale a cancerului de sân. Frica de a merge la medic face ca România să fie țara cu cea mai mare rată de mortalitate cauzată de cancerul la sân, deși nu are și cea mai mare incidență. Femeile ajung foarte târziu la medic, abia în stadiile 3 și 4, șansele de vindecare pentru cancerul de sân, atunci când este descoperit în stadiile 0 și 1, fiind de 94%.

Acesta este motivul pentru care campania pune accentul pe îndemnarea româncelor să meargă la controlul periodic la sân. Prin Cancel Cancer mesajul importanței unui control la sân ajunge la milioane de femei din România, femei care nu știu diferența între ecografie și mamografie, care nu știu cât de important este să mergi la un astfel de control în fiecare an, dar mai ales care nu au la dispoziție în localitățile din care provin aparatură specifică pentru astfel de investigații.

Un cabinet medical mobil, dotat cu ecograf de ultimă oră, a străbătut țara alături de o echipă de medici specialiști ce au oferit consultații senologice gratuite femeilor. Unitatea mobilă a fost amplasată în parcurile hipermarketurilor Kaufland din fiecare localitate, unde a staționat timp de 3 zile.

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.



Asociația 11even

© partener comunitar de tradiție

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 2020

1,1 mil. lei

DIN CARE

90% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2*

- Bucurie în Mișcare – Summer Fun Mamaia & Corbu
- Bucurie în Mișcare – Winter Fun Sinaia

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? *profundimea 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 fost nevoiți să reducem numărul de angajați

*Proiectele dezvoltate de Asociația 11even, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

BUCURIE ÎN MIȘCARE – SUMMER FUN MAMAIA & CORBU



Timp de 3 luni, pe parcursul verii 2020, asociația a fost prezentă în mai multe locații ale litoralului Mării Negre cu prima ediție de Bucurie în Mișcare – Summer Fun, oferită cu sprijinul Kaufland România.

Într-un an în care exista multă precauție, dar și neclaritate din perspectiva pandemiei COVID-19, asociația a încercat să ducă mai departe mesajul său, acela că mișcarea înseamnă sănătate, bună dispoziție și, de ce nu, fericire.

Astfel, pe plajele pe care au fost prezenți, între Mamaia Nord și Corbu, au fost implementate o serie de activități specifice litoralului, dar și

provocări atipice, demne de cei mai curajoși turiști. Cei care au vrut să aibă parte de adrenalină în apă, care au vrut să-și testeze echilibrul pe valuri au putut să încerce paddle board-urile oferite pentru sesiuni de până la 30 de minute. Pe plajă, în zona șezlongurilor, au fost create zone de beach-volleyball, spike ball, paddle tenis, dar și un panou uriaș de escaladă. **50.000 de persoane** au trecut în cele 3 luni de vară prin spațiile Summer Fun și au putut testa alături de familie, prieteni sau alături de voluntarii Bucurie în Mișcare jocurile și activitățile propuse.

BUCURIE ÎN MIȘCARE – WINTER FUN SINAIA



Între 16 ianuarie și 28 aprilie 2021 s-a derulat prima ediție a noului proiect, Winter Fun. În cadrul domeniului schiabil Sinaia, a fost amenajat un snow park cu mai multe trambuline pentru pasionații de ski și snowboarding, precum și un traseu denumit Family Track. Toate acestea au fost posibile prin susținerea financiară a Kaufland România și prin sprijinul oferit de Primăria și Gondola Sinaia.

Toate zonele create între Cota 2.000 și Apres-Ski Valea Soarelui au fost disponibile gratuit tuturor celor prezenți pe pârtii. În plus, în fiecare weekend, o echipă a Asociației 11even, cu sprijinul unor monitori locali, a derulat concursuri diverse, de la ski slalom, până la sărituri în snowpark. Peste **10.000 de persoane** au luat parte la evenimentele create pe parcursul celor 3 luni și jumătate de Winter Fun.

Fundația Inovații Sociale Regina Maria

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

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

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

5,7 mil. lei

DIN CARE

11% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

- Ajută-ne să ținem spitalele deschise pentru COVID-19

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*
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*
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

*Proiectele dezvoltate de Fundația Inovații Sociale Regina Maria, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Sport & Sănătate și Social

AJUTĂ-NE SĂ ȚINEM SPITALELE DESCHISE PENTRU COVID-19



Scopul proiectului a fost diminuarea răspândirii infectării cu virusul COVID-19 în comunitățile vulnerabile și reducerea presiunii puse pe sistemul medical. Fundația a reușit să susțină pacienții sociali cu boli cronice menținând policlinice deschise chiar și în perioada de lockdown, ținând legătura cu aceștia și încurajându-i să vină spre ei și nu înspre sistemul de stat - spitale sau camere de gardă.

Rezultate:

- 694 de consultații și tratamente;
- 800 de cutii de medicamente;
- **55 de persoane** au beneficiat de 545 de analize;

- **171 de pacienți** de boli cronice au beneficiat de 266 consultații și **79 de persoane** s-au prezentat pentru urgențe stomatologice, toți primind îngrijiri medicale în condiții de maximă siguranță, cu respectarea tuturor normelor în vigoare;
- **256 din pacienți** prezenți au avut boli cardiace și au avut nevoie de 891 de consultații și investigații;
- **144** au beneficiat de ecografii;
- **185 de pacienți** au avut nevoie de consultații și investigații de medicină internă și **147 de pacienți** cu probleme stomatologice restul cu alte specialități medicale incluzând și analize medicale.

Asociația Zi de Bine

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea Zi de Bine este de a pune reflectorul pe cauze presante și dureroase către care nimeni nu vrea să se uite și să ajute acolo unde alții întorc privirea. Printre acestea: sănătatea mintală, violența domestică, copii abandonați în spitale, doliu, educație.

NR. PROIECTE

2*

- Zid de Bine
- Ajutor pentru Piatra Neamț

ZID DE BINE



În fiecare lună, peste 1,5 milioane de români își sărbătoresc ziua de naștere sau de nume. Cum ar fi dacă 1.500.000 de oameni care vor să se implice în ceva și nu știu de unde să înceapă s-ar folosi de ziua lor pentru a face acel ceva care le mișcă sufletele și le dă un sens? Aceasta este viziunea asociației care alege în fiecare lună o cauză socială pe care o sprijină cu ajutorul oamenilor care își donează zilele de naștere.

Luna iunie 2020 a fost dedicată copiilor care trec zilnic pragul Spitalului Clinic de Urgență „Grigore Alexandrescu” și al Institutului Național pentru Sănătatea Mamei și Copilului din București. Astfel, Asociația Zi de Bine cu ajutorul Asociației Edit și al artiștilor de la Sweet Damage Crew și-a propus să picteze ziduri imense, de peste 200 de mp, pentru a colora viața copiilor nevoiți să petreacă în spital ore, zile sau săptămâni într-o cameră pe ferestrele căreia se vede doar gri - blocuri gri, trafic.

Cu sprijinul Kaufland România, care s-a implicat în cauza lunii iunie, a apărut primul #ZidDeBine, aflat în curtea Spitalului Grigore Alexandrescu. SuperKid, eroul a cărui super putere este răbdarea, îi înveselește și le dă curaj copiilor care se află în spital și care au fost nevoiți la rândul lor să învețe lecția răbdării.

Tehnica folosită este un mix între foto-realism (personajul) și un stil pueril, similar felului în care desenează un copil (casele, blocurile și soarele în colțul picturii). În plus, pentru a proteja mediul înconjurător, artiștii au folosit o vopsea specială care purifică aerul.

Cea de-a doua imagine manifest și-a găsit locul pe perețele Institutului Național pentru Sănătatea Mamei și Copilului, unde siluetele a doi copii au prins contur, iar de balonul lor s-a agățat curajul.

*Proiectele dezvoltate de Asociația Zi de Bine, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Sport & Sănătate

Asociația Smart Society

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Fiecare om are dreptul să trăiască într-o societate în care să devină cea mai bună versiune a sa. Credem că fiecare om are dreptul la o viață decentă.

NR. PROIECTE

2*

- Ies doar să donez
- 5 noi centre de transfuzie sanguină

IES DOAR SĂ DONEZ

De la începutul pandemiei de COVID-19, numărul de donatori a scăzut considerabil în centrele de transfuzie sanguină din țară, în ciuda faptului că au fost luate toate măsurile de prevenție necesare.

Campania #iesdoarsădonez și-a propus încurajarea donării de sânge în contextul pandemiei. Cu ajutorul aplicației Donorium, donatorii de sânge beneficiază de un parcurs facil și rapid al procesului de donare prin programare la donare, asigurându-se astfel respectarea tuturor măsurilor de distanțare socială prevăzute de autorități. Este minimizat astfel contactul dintre donatori și este evitată formarea unor puncte de aglomerație în cadrul centrelor de transfuzie.

Începând din 17 august 2020, donatorii de sânge se pot programa la donare și în centrele din: Baia Mare, Brașov, Cluj-Napoca, Craiova, Deva, Galați, Pitești, Râmnicu Valcea, Slatina, Târgu Mureș.

În perioada campaniei, centrele de transfuzie partenere Donorium au beneficiat atât de un flux de donare constant și organizat, cât și de posibilitate de a anunța în timp real cei aproximativ 45.000 de donatori înscrși în aplicație despre criza de sânge prin care trece sistemul sanitar de urgență.

În urma campaniei #iesdoarsădonez, lansată în luna aprilie, au fost înregistrați **8.003 donatori noi**, 8.572 persoane s-au programat pentru a dona sânge și au reușit să salveze 13.715 vieți. De asemenea, în cadrul campaniei, aplicația a fost implementată în 10 noi centre de transfuzie din țară.

În plus, cu sprijinul Kaufland România, au fost adăugate pe harta Donorium **5 noi centre** de transfuzie sanguină – Brăila, Buzău, Călărași, Slobozia și Târgu Jiu.



Asociația Ateliere Fără Frontiere

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Prin activitățile sale, Ateliere Fără Frontiere urmărește consolidarea unui model sustenabil și scalabil de economie socială și circulară care să susțină eforturile misiunii, respectiv inserția socială, profesională și civică a persoanelor vulnerabile, excluse și marginalizate.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

3,8 mil. lei

DIN CARE

13% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

- Sprijinim autoritățile din sănătate cu echipament digital

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? *profunditatea impactului*
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*
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

*Proiectele dezvoltate de Asociația Ateliere Fără Frontiere, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Educație și Sport & Sănătate

SPRIJINIM AUTORITĂȚILE DIN SĂNĂTATE CU ECHIPAMENT DIGITAL



Tot ca un răspuns la nevoile generate de pandemie, Asociația Ateliere fără Frontiere și Kaufland România au derulat un proiect prin care 22 de direcții de sănătate publică locale au primit **71 de echipamente** care să înlocuiască aparatură veche și astfel să reducă timpii de răspuns și acțiune pentru măsurile sanitare împotriva răspândirii virusului SARS-CoV-19.

Calculatoarele au fost livrate la mijlocul lunii mai 2021 și precum în restul proiectelor, toate au fost recondiționate de către angajații programului de inserție Educlick, veniți din medii vulnerabile.

Beneficiarii direcți ai proiectului au fost angajații direcțiilor de sănătate care au putut să-și desfășoare munca în condiții mai bune, evitând întârzieri sau erori provocate de vechea aparatură.



Fundația pentru SMURD

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Fundația pentru SMURD sprijină dezvoltarea sistemului integrat medical și tehnic de urgență și prim ajutor.

NR. PROIECTE

1

- Centrul mobil de instruire a populației pentru răspuns la situații de urgență

CENTRUL MOBIL DE INSTRUIRE A POPULAȚIEI PENTRU RĂSPUNS LA SITUAȚII DE URGENȚĂ



Fundația pentru SMURD, cu sprijinul Kaufland România, a achiziționat și pune la dispoziția Inspectoratului General pentru Situații de Urgență un Centru mobil de instruire a populației pentru răspuns la situații de urgență.

Centrul mobil își va începe activitatea de instruire la unitățile de învățământ din ciclul primar și gimnazial, urmând ca în viitor să staționeze în mai multe orașe din țară pentru a forma o parte cât mai mare a populației în vederea cultivării comportamentelor de evitare a tragediilor și gestionare a situațiilor de urgență. Centrul mobil de instruire a fost contractat către o firmă olandeză cu experiență în realizarea de astfel de sisteme inteligente de formare și se va alătura Caravanei Fii Pregătiți, care pregătește populația pentru acordarea de prim ajutor în situații de urgență.

Centrul este construit într-o configurație de semiremorcă, fiind complet autonom. Folosind „flăcări digitale” de ultimă generație, scenarii pentru prevenirea incendiilor, tehnologii de recunoaștere a pericolelor și efecte multimedia, Centrul Mobil este conceput astfel încât să poată asigura o învățare experiențială, prin deplasarea acestuia în diverse locuri din țară, crescând astfel accesibilitatea întregii populații la acest tip de învățare.

Prin obiectivul său de formare a populației, Centrul mobil va îmbunătăți capacitatea de identificare și reducere a pericolelor, astfel încât să scadă numărul de accidente în locuințe. Participanții la formare experimentează scenarii de urgență sigure, dar extrem de realiste, ce pot varia în intensitate și rezultat.

Centrul mobil este dotat cu echipamente inteligente ce simulează situații de urgență, cum ar fi incendiile, printre care: aragaz, dulap inteligent cu ardere, cuptor cu microunde, coș de gunoi, prăjitor de pâine, tablou electric cu scânteie, prize fumegânde, mașină de spălat, alarmă de incendiu, butoi chimic, butelie de gaz, aer condiționat, simulare fum care iese pe sub ușa încălzită, alarme de fum, fereastră de evacuare.

Pe lângă acestea, centrul mobil este dotat și cu:

- Un pachet inteligent pentru condiții meteo extreme, care utilizează televizorul interior, suportul audio și o lumină stroboscopică pentru a simula diferite

scenarii meteorologice. Luminile pot pălpi în timpul simulării pentru a imita fluctuațiile de tensiune din cauza vremii extreme, iar alimentarea televizorului și a luminilor va fi oprită automat în timpul scenariului pentru a simula o pană de curent, putându-se folosi radioul alimentat manual pentru a urmări mesajele de știri.

- Simularea realistă a unui cutremur și a modalității cum se percepe acesta în locuință (apartament).
- Un telefon inteligent pentru situații de urgență conectat la alte elemente de recuzită inteligente din cadrul centrului, simulând răspunsul unui operator de urgență.

Apreciem foarte mult colaborarea îndelungată cu Kaufland România, colaborare care ne-a permis să venim, de-a lungul timpului, cu soluții inovatoare la probleme sociale importante. România s-a confruntat de-a lungul timpului cu provocări majore legate de dezastre, de la cutremure la incendii, inundații sau victime în masă.

Pregătirea adecvată a populației pentru a face față unor astfel de provocări este de o importanță capitală pentru a reduce pierderea de vieți omenești sau de bunuri în astfel de situații. Această pregătire se poate realiza, începând cu 2021, într-un mod interactiv și modern prin intrarea în dotarea Inspectoratului General pentru Situații de Urgență a Centrului mobil de instruire a populației pentru răspuns la situații de urgență, rod al colaborării dintre Kaufland România și Fundația pentru SMURD. Beneficiind de dotări inteligente pentru simulări de incendii, condiții meteo extreme sau cutremure, Centrul Mobil este conceput astfel încât să poată asigura o învățare experiențială, prin deplasarea acestuia în diverse locuri din țară, crescând astfel accesibilitatea întregii populații la acest tip de învățare.

DR. RAED ARAFAT

Șef al Departamentului pentru Situații de Urgență



Asociația Clubul Sportiv Sibiu Sport Project

partener comunitar nou

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 2020

967.000 lei

DIN CARE

3,75% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Turul Ciclist al Sibiului

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

CUM A BENEFICIAT ASOCIAȚIA PARTENERĂ? impactul asupra ONG-ului
Vizibilitate crescută

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? tipul impactului
Îmbunătățirea calității vieții

CUM AM PROTEJAT MEDIUL ÎNCONJURĂTOR? impactul asupra mediului
Educație pentru mediu

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

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



Cea de-a zecea ediție a Turului Ciclist al Sibiului, cel mai important tur din Sud-Estul Europei, a avut loc în perioada 23-26 iulie și a fost prima competiție internațională de ciclism din lume organizată după perioada de lockdown din primăvara anului 2020. Două echipe de World Tour, șase echipe UCI Pro, 17 echipe continentale și una națională au luat startul competiției și au parcurs cele cinci etape, trei de sprint și două montane, organizate pe un traseu spectaculos la Bălea Lac (2034 m altitudine) și Păltiniș – Arena Platoș (1300 m altitudine).

Câștigătorii acestei ediții au fost:

- Tricoul galben, clasamentul general individual pe timp: Gregor Mühlberger (Bora Hansgrohe)
- Tricoul alb, clasamentul cățărătorilor: Gregor Mühlberger (Bora Hansgrohe)
- Tricoul verde, clasamentul general individual pe puncte: Gregor Mühlberger (Bora Hansgrohe)
- Tricoul cu buline, cel mai bun tânăr U23: Erik Frisk Bergström (Team Bike Aid)
- Tricoul albastru, clasamentul sprinterilor: Pawel Bernas (Mazowzse Serce Polski)
- Tricoul roșu, cel mai bun român: Serghei Țvetcov (Naționala României)
- Cea mai bună echipă: Elkov Kasper

Dat fiind contextul sanitar, asociația a asigurat toate condițiile organizării în siguranță a concursului, cu ajutorul celor peste 100 de voluntari. Regulile au inclus, printre altele, teste PCR SARS-CoV-2 pre-eveniment pentru toți participanții și limitarea totală a accesului public la zonele de început și de finish ale cursei. De-a lungul traseelor, turul a adunat 50.000 de spectatori.

Turul a fost retransmis pe 52 de platforme online, pagini web și platforme de socializare, fiind urmărit din 83 de țări, de peste 350.000 de telespectatori, 80% fiind din afara țării.

Pentru a promova sportul și în rândul copiilor, asociația organizează anual și concursul pentru copii Green Day Kids, eveniment conex Turului Ciclist al Sibiului. În 2020, competiția a avut loc în data de 24 iulie și a adunat la start peste **120 de copii** cu vârste cuprinse între 5 și 12 ani.



Faptul că am fost prima competiție din calendarul UCI, în pandemie, ne-a ajutat din trei direcții. În primul rând a arătat că suntem capabili să organizăm un eveniment în condiții totale de siguranță, nu s-a înregistrat nici măcar un singur caz pozitiv de COVID-19 pe parcursul Turului.

În al doilea rând, am atras la start echipe de World Tour, care până în acel moment nu au avut la dispoziție alte competiții în care să-și verifice sau îmbunătățească forma. Și, odată venite, au constatat că oferim standarde similare cu orice altă competiție la care participă de regulă și au transmis acest semnal și altor echipe de World Tour. În al treilea rând, am arătat că putem organiza concursuri pentru copii în condiții de maximă siguranță fizică și sanitară. Toate acestea nu ar fi fost posibile fără sprijinul Kaufland România, drept pentru care îi suntem recunoscători încă o dată.

COSMIN COSTEA
Președinte

Asociația Industrii Creative

© partener comunitar de tradiție

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 2020

682.000 lei

DIN CARE

69% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

Fondul Donatorilor 2020

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse
Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

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

FONDUL DONATORILOR

Asociația Trei Vieți și Asociația Industrii Creative prin Rocanotherworld au lansat #FondulDonatorilor, un demers comun pentru susținerea medicilor din spitalele ieșene. Acest fond comun constituit este destinat achizițiilor de echipamente și produse necesare celor din prima linie în lupta pandemiei COVID-19 – măști FFP2, combinezoane, dezinfectanți, teste rapide, precum și ventilatoare și aparatură de anestezie și terapie intensivă în valoare de 50.000 de euro. Campania a strâns laolaltă peste 300 de donatori individuali și companii private

În mai 2020, cu sprijinul Kaufland România, asociația a donat **400 de combinezoane, 1.500 de viziere și 100 litri de dezinfectant de suprafețe** pentru personalul medical al Spitalului de Urgență din Piatra Neamț.



*Proiectele dezvoltate de Asociația Industrii Creative, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Sport & Sănătate și Social

Fundatia Română de Neurologie și Epileptologie

○ partener comunitar nou

VIZIUNE & MISIUNE

Scopul fundației este determinarea structurilor societății civile, a statului, indivizilor și a altor organisme și organizații interne sau internaționale, să apere drepturile și interesele de orice fel ale persoanelor cu afecțiuni neurologice sau epilepsie, să aloce resursele necesare dezvoltării socio-profesionale, culturale, educative ale acestora, prin orice mijloace specifice cum ar fi: diagnostic modern, tratament, recuperare, recreere, ajutor material nemijlocit.

NR. PROIECTE

1

● Oameni mari pentru copii mici

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profunditatea impactului*

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

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

OAMENI MARI PENTRU COPII MICI



Epilepsia este o boală a creierului, manifestată prin crize epileptice datorate descărcărilor electrice excesive ale neuronilor cerebrali. În România, există aproximativ 180.000 de pacienți cu epilepsie dintre care 20.000 sunt copii. 6000 dintre ei sunt rezistenți la tratament medicamentos și dintre aceștia, 2000 de copii ar putea fi vindecați prin tratament chirurgical al epilepsiei. Chirurgia epilepsiei este singurul tratament curativ al afecțiunii.

Prin campania „Oameni mari pentru copii mici” fundația urmărește strângerea de fonduri în vederea facilitării evaluării prechirurgicale și a chirurgiei epilepsiei la copii de către medicii Clinicii de Neurologie Pediatrică Obregia, prin achiziționarea de aparatură performantă. Centrul Obregia este Centru de Referință de Boli Rare Neurologice Pediatriche afiliat la rețeaua Europeană de Epilepsii rare și dificil de tratat EpiCARE.

Fundația a reușit până în prezent să achiziționeze o parte a aparaturii, iar în 2020, cu sprijinul Kaufland România, a fost achiziționat și un sistem de termocoagulare RF cu accesorii tip Neuro 50. Echipamentele vor fi utilizate în secția de neurologie a Spitalului Obregia în scopul eficientizării serviciilor medicale oferite copiilor. **200 de copii** vor putea astfel să fie operați și să primească o șansă la o viață normală.

Asociația Română pentru Intoleranță la Gluten

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația are ca obiective îmbunătățirea calității vieții persoanelor cu boală celiacă din România, prin campanii de educare și conștientizare a populației generale cu privire la boala celiacă, programe de susținere a familiilor aflate în dificultate, dezvoltarea pieței gluten free din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

180.000 lei

DIN CARE

26% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

- Sprijin pentru alimente neperisabile în spital

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete sociale

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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*

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

SPRIJIN PENTRU ALIMENTE NEPERISABILE ÎN SPITAL



Cu sprijinul Kaufland România, asociația a susținut personalul medical și pacienții internați în Institutul Național pentru Sănătatea Mamei și Copilului și în Maternitatea Polizu din București, în cazul în care aceștia erau depistați pozitiv cu virusul SARS-Cov-2, urmând să rămână în carantină până la vindecare.

Proiectul a fost implementat timp de patru luni, în perioada aprilie – iulie 2020.

Parteneriatul cu Kaufland România ne ajută să dezvoltăm proiecte de impact și programe care vin în ajutorul comunității celiacilor din România. Campaniile noastre de informare, de educare și conștientizare a publicului larg cu privire la boala celiacă au ajutat la îmbunătățirea ratei de diagnosticare și au crescut gradul de cunoaștere și informare corectă despre boala celiacă și regimul fără gluten, schimbând astfel percepția asupra acestei boli.



ANGELA STĂNESCU
Președinte

Asociația Centru Terapeutic Marea Neagră de Sprijin a Persoanelor cu Autism

© 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 2020

1,9 mil. lei

DIN CARE

2% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Autism24h

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? *profundimea 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
Am fost nevoiți să reducem numărul de angajați
Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

AUTISM 24H



Autism 24h este un ultramaraton de 24 de ore, ce are ca scop promovarea drepturilor persoanelor cu nevoi speciale din România și integrarea și acceptarea acestora în viața comunității.

Dacă în anii anteriori evenimentul se desfășura pe plaja din stațiunea Mamaia, în 2020, din cauza restricțiilor impuse pentru prevenirea răspândirii virusului SARS-CoV-2, acesta a avut loc în domiciliul fiecărui participant, în 30 de orașe din România.

Cei 150 de participanți au alergat pentru sprijinirea financiară a copiilor cu autism izolați în casă și care nu au posibilitatea de a-și continua tratamentul. Participanții au alergat în casă, pe banda de alergare, pe terasă, pe acoperișul blocului, în curtea casei și pe orice alt traseu care a îndeplinit condițiile legale pentru acea perioadă.

Evenimentul a avut un scop caritabil și a urmărit strângerea de fonduri pentru realizarea primei platforme online de terapie și suport emoțional pentru copiii cu autism. Printre proiectele sprijinite în urma evenimentului se numără:

- 4 proiecte destinate copiilor diagnosticați cu autism din Centrul Marea Neagră;
- achiziționarea unei case în județul Iași pentru o mamă singură cu 6 copii;

- achiziționarea a 5.000 de manuale școlare adaptate pentru copii cu dizabilități din România;
- achiziționarea unui soft kinetoterapeutic pentru copiii de la Asociația de Sprijin pentru Părinți și Copiii cu Autism Galați;
- sprijinirea a 3 centre din cadrul Direcției pentru Asistență Socială și Protecția Copilului pentru copii cu dizabilități din Tulcea și Galați;
- sprijinirea centrului SOS Autism Bihor, destinat adulților cu dizabilități;
- sprijinirea a 10 copii cu rezultate excelente din cadrul unei școli din municipiul Constanța;
- sprijinirea unui centru destinat copiilor cu Sindrom Down din Blaj;
- achiziționarea de tablete pentru copiii unei școli din Medgidia;
- finanțarea unei operații pentru un copil ce a suferit arsuri pe 90% din suprafața corpului;
- finanțarea unei intervenții chirurgicale pentru o persoană diagnosticată cu cancer mamar.

În total, proiectul a avut **3.000 de beneficiari direcți**.

Pentru mine, sprijinul Kaufland România a fost esențial, deoarece a fost primul și cel mai constant partener al nostru. Implicarea Kaufland într-un eveniment aduce în primul vizibilitate și mai ales credibilitate întregului proiect.

ADRIAN GEMĂNARU
Președinte

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

● Reîntoarcerea în siguranță la rugby în contextul pandemiei COVID-19

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? *profundimea 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
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

REÎNTOARCEREA ÎN SIGURANȚĂ LA RUGBY ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID-19



Clubul sportiv are ca obiective:

- promovarea mișcării și a educației prin sport ca parte componentă a educației generale;
- organizarea de evenimente, întâlniri în scopul promovării activităților sportive (în special rugby); organizarea și promovarea de turnee sportive, stagii de pregătire, cantonamente, concursuri, competiții precum și orice alte evenimente sportive;
- sprijinirea, promovarea și finanțarea tinerelor talente sau a oricărei persoane interesate în vederea participării la diverse manifestări sportive în țară și în străinătate.

În 2020, cu sprijinul Kaufland România, clubul a putut participa la competițiile organizate sub egida Federației Române de Rugby la nivel național în Bârlad, Gura Humorului, Iași, Suceava, Timișoara, Cluj-Napoca și Constanța.

Pentru ca activitatea clubului să se desfășoare în condiții de siguranță, toți participanții la antrenamente au respectat recomandările referitoare la prevenirea răspândirii virusului. Astfel, cei **30 de jucători** au purtat mască în afara antrenamentelor, au folosit soluții dezinfectante pentru mâini înaintea și în pauzele antrenamentului. În plus, jucătorilor li s-au făcut teste rapide și PCR înaintea competițiilor.

Sănătatea este una dintre cele mai importante valori, generozitatea se încadrează și ea în aceeași listă privilegiată. De-a lungul anului ne-am confruntat cu diferite probleme pe care nu le puteam rezolva din cauza slabei finanțări. Mulțumită generozității dumneavoastră, am reușit să atingem o parte din obiectivele propuse. De aceea ne simțim onorați și mândri totodată că ați ales să ne sprijiniți.

ANTONIO DUMITRU

Antrenor Rugby Cluj Antonio Jr.





- Fundația Regală Margareta a României ...192
- Asociația Gaspar, Baltasar & Melchior ...194
- Asociația One World Romania ...195
- Asociația Fălticeni Cultural ...198
- Fundația Cărturești ...201
- Asociația Cinemobilul ...204
- Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B ...206
- Asociația Culturală Gabriela Ionescu și Slavomir Popovici ...208
- Asociația Locus ...211
- Asociația Stage Photo ...214
- Fundația Filderman pentru Educație, Cultură, Artă ...216
- Asociația Literati ...219
- Fundația Astra Film ...222

Cultură

13 ASOCIAȚII PARTENERE

14 PROIECTE

2.024.700 BENEFICIARI

Fundația Regală Margareta a României

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Fundației este ca România să își atingă adevăratul potențial și toți cetățenii ei să se respecte reciproc și pe ei înșiși.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

4,9 mil. lei

DIN CARE

7% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1*

● **Tinere Talente**

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? *profundimea 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

TINERE TALENTE



Programul național Tinere Talente le oferă tinerilor talentați un sprijin complex, prin burse, mentorat și promovare pentru ca ei să își exprime talentul și să își îndeplinească potențialul. 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.

Programul a reprezentat un ajutor esențial pentru zeci de tineri muzicieni și artiști vizuali, care au potențialul de a deveni artiști de succes, pentru ca ei să nu piardă drumul lor spre o carieră.

Începând cu martie 2020, în contextul crizei COVID-19, activitățile programului au fost regândite pentru a permite bursierilor să beneficieze, în continuare, de susținere.

În 2020 proiectul a însemnat:

- **30 de bursieri muzicieni și artiști vizuali** susținuți cu burse în valoare de 2.000 de euro;
- 17 sesiuni de mentorat on-line organizate de Fundație;
- 17 participări la expoziții individuale și de grup;
- 8 premii la importante concursuri de muzică naționale și internaționale;
- 10 participări la concerte cu orchestră, în rol de soliști;
- 9 recitaluri și expoziții organizate de Fundație;
- 3 competiții internaționale de design vestimentar;
- 2 emisiuni televizate – România are nevoie de artă și Gala Tinere Talente 2020;
- 1 platformă digitală educativă - tt360.ro, cu scopul de furniza gratuit materiale inspiraționale realizate cu mentorii programului.

*Proiectele dezvoltate de Fundația Regală Margareta a României, cu sprijinul Kaufland România, se încadrează în categoriile Social și Cultură

Asociația Gaspar, Baltasar & Melchior

○ partener comunitar nou

NR. PROIECTE 1

● Muzeul - Atelier - Școala de la Piscu

MUZEUL - ATELIER - ȘCOALA DE LA PISCU

Pe 18 februarie 2021, a avut loc inaugurarea Muzeului-Atelier-Școala de la Piscu, un spațiu cultural pornit din dorința de a împrietenii copiii și adulții cu patrimoniul și de a pune în lumină moștenirea culturală a comunității din Piscu, o veche vatră de olari cu o istorie culturală bogată, singura din apropierea capitalei în care încă se produce ceramică țărănească.

„Memoria meșteșugului de Pisc este cea care a generat acest loc, este un nucleu de la care spațiul s-a extins și temele de studiu, la rândul lor, s-au extins. Piscu a fost pe vremuri un centru de olărit în care s-a lucrat enorm. În cele mai bune timpuri, câte 200 de cuptoare ardeau aici și sute de mii de oale părăseau satul în fiecare an către târgurile din București și din împrejurimi”, a declarat Adriana Scripcariu, istoric de artă și inițiator al proiectului.

Proiectul fanion al organizației Școala de la Piscu, Muzeu-Atelier-Școală, valorifică experiența a 15 ani de cercetare și acțiune educațională și culturală dedicată patrimoniului cultural. Inițiatorii săi, istoricul de artă Adriana Scripcariu și sculptorul Virgil

Scripcariu, și-au propus să prezinte public moștenirea satului Piscu plasată în contextul mai larg al tehnicilor tradiționale de lucru cu pământul și de comunicare între tradiție și creație contemporană.

Momentul festiv din 18 februarie a marcat inaugurarea spațiului și finalul unei etape definitorii din înfăptuirea acestuia, în contextul proiectului „Școala din Muzeu - Piscu” sprijinit de Kaufland România. Printr-o finanțare nerambursabilă care a găsit clădirea ridicată și acoperită, însă cu nevoie de sprijin pentru închiderea cu sticlă, instalații, finisaje, Kaufland s-a aliniat dorinței inițiatorilor de activare a patrimoniului cultural în educație, susținând valoarea de proiect-pilot a acestui demers și potențialul de a fi replicabil și în alte comunități rurale din România.

Pe lângă funcția de expunere, Muzeul-Atelier Școală le va oferi vizitatorilor săi experiențe formative care vor facilita accesul copiilor și adulților la patrimoniu cultural și natural prin educație, cu prilejul atelierelor de meșteșug și lecțiilor de patrimoniu.



Asociația One World Romania

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Direcțiile fundamentale ale One World Romania sunt facilitarea accesului și creșterea interesului publicului românesc pentru film documentar, precum și contribuția la informarea și educarea unei comunități de cetățeni implicați cultural și social.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,16 mil. lei

DIN CARE

4,16% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE 1

● Festivalul internațional de documentar și drepturile omului One World Romania

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani
Sponsorizare în produse

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Schimbarea atitudinii / comportamentului

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

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*
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

FESTIVALUL INTERNAȚIONAL DE DOCUMENTAR ȘI DREPTURILE OMULUI ONE WORLD ROMANIA



Asociația depune eforturi susținute pentru a aduce filmul documentar, pe diferite căi, către un public cât mai larg, precum și pentru a susține discuțiile în mediul public în jurul unor teme presante care privesc drepturile omului.

Festivalul internațional de documentar și drepturile omului One World Romania aduce de 14 ani în atenția publicului sute de documentare de calitate, autohtone și internaționale, majoritatea inaccesibile publicului în afara inițiativelor Asociației. Festivalul facilitează zeci de dezbateri și evenimente, moderate de cinești și experți renumiți și servește drept forum de discuție culturală și socială.

Publicul de peste 13.000 de persoane de la ediția OWR din 2019 a vizionat 95 de documentare din 39 de țări, în 6 săli de proiecție (Elvire Popesco, Eforie, Union, Arcub, POINT, Pavilion 32) și a luat parte la 35 de evenimente conexe în alte 10 spații. Cifrele au suferit modificări în minus din cauza pandemiei în 2020 și 2021, dar calitatea parteneriatelor, a invitațiilor și a dezbaterilor, precum și a publicului atras a rămas aceeași.

Obiectivele asociației sunt de creștere a publicurilor interesate de tematica drepturilor omului, de diversificare a ofertei de documentar prezentate și a dezbaterilor asociate, de creștere a programelor derulate atât în București cât și în țară, precum și de generare a unei schimbări la nivelul mentalului colectiv în ceea ce privește ecologia, munca, persoanele rome, drepturile femeilor, accesul la informație, drepturile refugiaților etc.

Kaufland Romania a fost Sponsor principal pentru al patrulea an consecutiv al Festivalului internațional de documentar și drepturile omului One World Romania, ediția a 14-a, derulat fizic la București în perioada 11-20 iunie și online la nivel național în perioada 21-27 iunie 2020.

One World Romania 14 a adus în cele 17 zile de derulare un public de aproape **5.000 de spectatori** în fața a peste 70 de filme, dintre care 3.300 la proiecții și evenimente fizice (50-70% din capacitatea sălilor de spectacol) și **1.500** la proiecțiile online.

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: cinești, Juriul Internațional, Juriul Liceenilor, experți, activiști de drepturile omului, artiști, etc. Dintre aceștia, cineștii/protagoniștii români și internaționali care au reușit să se alăture fizic la această ediție pentru a-și prezenta cele mai noi producții sunt: Rene Wolf (Olanda), Nicole Fernandez Ferrer (Franța), Raluca Durbacă, Cristina Haneș, Mirjam Landolt (Elveția), Diane Sara Bouzgarrou (Franța), Eleonore Weber (Franța), Miguel Eek (Spania), Paloma Sermon Dai (Belgia), Mona Nicoară (SUA).

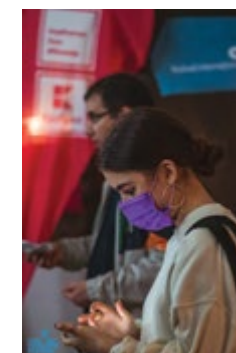
O serie de 20 de evenimente speciale a completat programul festivalului, printre care ateliere, dezbateri, masterclass-uri, dialoguri cu invitații festivalului, piese de teatru, performance-uri și concerte.

Programul Adoptă un documentar a ajuns în 2020 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.

Cea de-a 14-a ediție 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.

Documentarul este un mod subtil de a schimba mentalități, iar dezbaterile provocate de un film sunt o formă a implicării în comunitățile noastre, mai restrânse sau mai largi. Parteneriatul dintre Kaufland România și Festivalul OWR este o măsură a implicării care schimbă vieți - în mai bine.

ALEXANDRU SOLOMON
Președinte



Asociația Fălticeni Cultural

© partener comunitar de tradiție

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.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

200.000 lei

DIN CARE

35% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Festivalul Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. 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? *profunditatea 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

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

FESTIVALULUI INTERNAȚIONAL DE TEATRU PENTRU TINERE „GR. V. BIRLIC”



Cea de-a zecea ediție a Festivalului Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic” a avut în perioada 17-23 august 2020, la Fălticeni.

Timp de șapte zile, actori profesioniști, de la cunoscute teatre din țară, au prezentat 12 spectacole. Studenții la actorie au oferit, împreună cu profesorii care îi îndrumă, patru spectacole, Trupa de Teatru „Birlic” a Asociației Fălticeni Cultural a venit cu patru spectacole, din care două au fost premiere – „Micul prinț”, în regia lui Vlad Basarabescu și „Povești de dragoste”, regia Gheorghe Balint. Au mai urcat pe scenă una dintre câștigătoarele FITT Birlic 10, Atelierul de Teatru din Botoșani, cu spectacolul „Port”, și câștigătoarea ediției precedente, Trupa „Gong” din Roman, cu spectacolul „Satul electronic”.

Au avut loc două lansări de carte, „Iubiți-le, iubiți copii”, o carte de colorat pentru copii a cărei grafică este semnată de pictorul humorean Radu Bercea, versurile purtând semnătura prof. Constantin Bulboacă, și volumul de versuri „Autoportret cu tine”, de Sorin Poclitaru, emoția și trăirile intense generate de poezia poetului humorean fiind îmbinate perfect într-un spectacol de poezie și muzică cu vocea și personalitatea cantautoarei Ștefania Iacob, care i-a încântat pe cei prezenți cu un minirecital de muzică folk și cu lansarea albumului „Nu știi tu, mamă”.

În fiecare seară au avut loc spectacole de muzică folk. Cinemateca de noapte a oferit filme românești, prezentate de actori sau scenariști implicați în realizarea lor.

Pentru a se respecta condițiile de distanțare fizică, în 2020 festivalul a părăsit sala de spectacole și s-a desfășurat în mai multe locații: în fața Muzeului de Artă „Ion Irimescu”, în curtea interioară și în curtea exterioară a Colegiului Național „Nicu Gane” și la amfiteatrul de la Baza de agrement „Nada Florilor”.

În fiecare an, când noaptea vine peste Fălticeni, organizatorii oferă filme de calitate la Cinemateca de noapte. La ediția din 2020, au fost prezente filme precum „Cardinalul”, în regia lui Nicolae Mărgineanu, care pune o lumină pe viața episcopului Iuliu Hossu și pe încercările la care au fost supuși reprezentanții Bisericii Greco-Catolice de către comuniști, de asemenea „Octav”, un film regizat de Serge Ioan Celebidachi, avându-i în rolurile principale pe actorii Marcel Iureș, Victor Rebengiuc, Andi Vasluianu, un film care explorează teme universale precum timpul, nostalgia și dragostea în cea mai pură și măreață formă a sa, avanpremiera unui film documentar despre viața maestrului Constantin Codrescu, intitulat „Un timp prin care am trecut”, lansarea cărții autobiografice a maestrului, cu același titlu, și o întâlnire a cinefililor cu regizorul filmului, Silviu Radu, și, actorul Ștefan Velniciuc, în cadrul căreia s-a vorbit despre filmul și teatrul românesc, la care a avut o contribuție semnificativă și maestrul Constantin Codrescu.

În fiecare zi, copiii au fost prezenți la teatru. Ateneul din Iași și Compania „Andirino” au prezentat adaptări după scriitori români, spectacole originale, interactive, în care micii spectatori au fost invitați să intre în joc cu actorii.

Iubitorii de teatru au avut ocazia să vizioneze, în fiecare după-amiază câteva spectacole de excepție prezentate de studenții de la Facultatea de Teatru din cadrul Universității de Arte „George Enescu” din Iași sau de Casa de Cultură a Studenților Iași, o parte dintre viitorii actori fiind fălțiceni, foști membri ai Trupeii „Birlic”. Spectacole cum ar fi „Bani

din cer”, „Casa Bernardei Alba” sau „Tango” au adus un număr mare de spectatori într-o locație destinată până acum în exclusivitate întâlnirilor elevilor, curtea interioară a Colegiului „Nicu Gane”, un loc cu o acustică excepțională.

Statuile vivante de la Funny Art au fost prezente în fiecare după-amiază pe aleea pietonală din centrul municipiului, iar seara, în fața muzeului.

Festivalul s-a bucurat de prezența a **2.000 de spectatori**.

Asociația Fălțiceni Cultural este implicată în foarte multe activități culturale, sociale, ecologice și umanitare. Kaufland România a fost alături de noi încă de la prima ediție din 2011 a Festivalului Internațional de Teatru pentru Tineret „Gr. V. Birlic”, fiind considerat pe bună dreptate Sponsor Oficial. Pe această cale aducem alese mulțumiri implicării Kaufland România în buna desfășurare a activităților culturale organizate de noi, având impact atât național, cât și internațional.

VASILE LIVIU MIHĂILĂ
Președinte



Fundația Cărturești

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Viziune - Adaptăm orașul pentru oameni. Îi invităm să ocupe străzile cu ideile lor pentru un mediu urban mai bun: prin comunitate, și descoperirea de lucruri noi. Oferim platforma pe care cresc viziuni proaspete despre locuire.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1 mil. lei

DIN CARE

33% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **ReSoluții - Picturi murale**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Cum s-a schimbat? *profunditatea impactului*

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

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

RESOLUȚII - PICTURI MURALE



După 14 ani de prezență continuă în spațiul public, în 2020 evenimentul-manifest Street Delivery nu a putut aduna mii de oameni pe stradă, ci a generat proiecte-insulă, răspândite în tot orașul, sub umbrela unei teme comune: ReSoluții, în weekendul 3-5 iulie.

În toil unei pandemii cum nu ne-a mai fost dat să trăim în istoria recentă, Street Delivery și-a provocat publicul să găsească noi metode de recuperare a spațiului public. Evenimentul invită la povești din izolare și rezoluții de după, sub formă de jurnale, intervenții în orașe, exprimări artistice, campanii sociale și proiecte comunitare care să redefinească spațiile comune și să readucă la viață cartierele.

Așa că Street Delivery 2020 a luat forma unui eveniment-puzzle, răspândit în tot orașul și recompus online. Peste 40 de zone ale orașului au fost readuse la viață prin mici evenimente, momente, activări sau inițiative cetățenești care au activat în siguranță comunități oboșite de izolare.

Artiști, riverani, pietoni, arhitecți, asociații, ONG-uri și grupuri de inițiativă civice din zone precum Chibrit, Cișmigiu, Kiseleff, Aviației, Carol-Filaret și multe alte cartiere și-au recuperat citadela și au venit cu soluții și rezoluții pentru un oraș adaptat nevoilor comunitare.

✚ ReSoluția din Pantelimon: cinematograf în cartier

Blocurile gri ale Pantelimonului au devenit cinematograf în aer liber cu loje la balcon. Cu sprijinul ShortsUP, au fost proiectate cele mai bune scurtmetraje votate de public în ultimii ani într-o zonă în care nu a mai avut loc niciodată un eveniment cinematografic. Vecinii s-au bucurat de filme scurte de la propriile ferestre, iar unii dintre ei au coborât din apartamente în stradă, cu scaune, pături și gustări după ei.

✚ ReSoluția pentru Dâmbovița: un râu pentru oameni

Bucureștenii au putut vedea orașul dintr-un unghi mai puțin familiar, chiar de pe râul Dâmbovița. Wolfhouse Production, Rowmania (Asociația Ivan Patzaichin - Mila 23) și SupAcademy au recuperat râul din canotci, waterboard-uri și alte mijloace de plutire, arătând că râul emblematic al Bucureștiului merită mai mult decât să fie doar privit. În paralel, artiștii Irina Mocanu și Georgian Constantin au realizat o pictură murală tematică la intrarea în fosta clădire industrială, mica grădină din fața centrului comunitar La firul ierbii a fost reînprospătată, iar comunitatea makerilor de la NOD makerspace și-a deschis porțile către toți cei curioși de ce se poate face cu două mâini și multă creativitate.

✚ ReSoluții pentru pereți – picturi murale

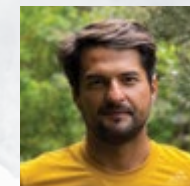
Cu sprijinul Kaufland România, Street Delivery a împânzit orașul cu mesaje artistice care dau speranță locuitorilor și cadrelor medicale:

- Pe calcanul faimos de pe strada Arthur Verona, artistul Alex Baciuc a lăsat un mesaj simplu, dar de efect pentru cei ce traversează zona: The world needed a break anyway. Let it breathe!
- Craiova - Am grijă de voi, pictură realizată de Cătălin Moraru și Florin Radu

- Iași - Solitudine, pictură murală în solidaritate cu cadrele medicale ale Spitalului de Boli Infecțioase din Iași, realizată de Harcea Parcea
- Bacău - Art is for nothing, pictură murală realizată de Cristian Scrutaru
- Cluj-Napoca - Plaja Grigorescu, pictură murală realizată de Kero și Oku

Pentru realizarea picturilor murale a fost folosită vopsea care purifică aerul.

Ne bucurăm tare mult că există companii precum Kaufland care să încurajeze acest timp de proiect. Picturile murale reprezintă una din cele mai pure metode de exprimare artistică a unei comunități, fiind una din principalele forme folosite deja în foarte multe țări, și tot mai apreciată acum și la noi în țară.



MIHAI MIHA
Brand Partnership Manager



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 2020

39.000 lei

DIN CARE

90% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

- Caravana Cinemobilul
- Ora de film

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*
Îmbunătățirea competențelor personale
Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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
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 / ORA DE FILM



Cinemobilul este cea mai accesibilă și creativă caravană de film din România. Cinematografele lipsesc din orașele mici și din mediul rural, iar locuitorii nu au ocazia de a se bucura de experiența vizionării unui film. De la această idee a plecat Tudor Baci, inițiatorul proiectului, care și-a propus să ducă filmele în toată țara.

Cea de-a șasea ediție a caravanei a ajuns în doar cinci orașe, dat fiind contextul sanitar din țară. Astfel, în parcurile magazinelor Kaufland din Reghin, Tîrgu Mureș, Sibiu, Orăștie, Mediaș, **1.000 de persoane** au venit la cinematograful în aer liber.

Dincolo de proiecția filmelor, caravana a însemnat mai mult în 2020 – a adus oamenii împreună, le-a oferit din nou ocazia de a socializa după perioada de lockdown din primăvară.

În cadrul caravanei se organizează în fiecare an și programul de educație cinematografică pentru elevii din mediul rural, Ora de film. În 2020, **1.500 de elevi** din 10 localități au avut ocazia să vadă animația „Viața secretă a animalelor 2”.

Kaufland Romania a facut posibilă extinderea Caravanei Cinemobilul în toată Romania, făcând-o cea mai extinsă caravană de film din România din ultimii 30 ani, fapt pentru care suntem profund recunoscători și motivați să continuăm ce am început în urmă cu 7 ani.

TUDOR BACIU
Președinte



Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația pentru Responsabilitate Socială PLAN B oferă servicii pentru îmbunătățirea calității vieții, educația nutrițională și ecologică fiind principalele obiective prin care cât mai mulți beneficiari să primească informațiile și instrumentele necesare pentru o viață sănătoasă, cu impact minim asupra mediului.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,16 mil. lei

DIN CARE

85% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Mov(i)e On - filme de bine

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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

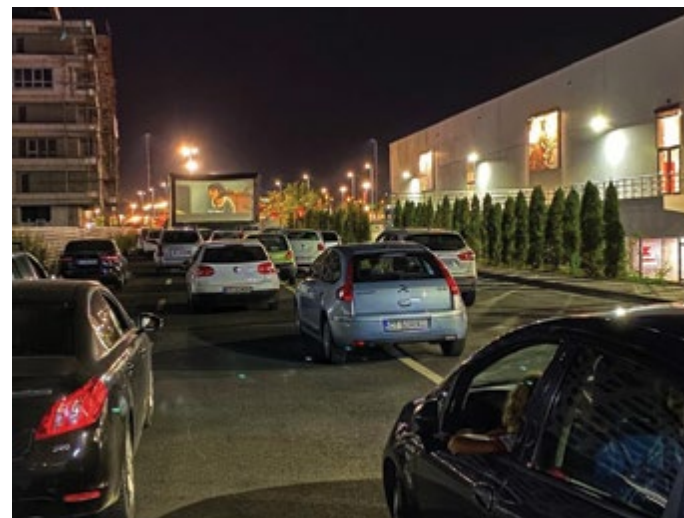
Am fost nevoiți să amânăm proiecte

2MOV(I)E ON - FILME DE BINE

„Mov(i)e On – filme de bine” este un eveniment de tip cinematografic drive-in prin care Kaufland își încurajează și motivează clienții să depășească criza provocată de pandemie. Desfășurate în perioada în care cinematografele erau închise, serile de film propuse în format drive-in au însemnat protecție împotriva riscului de infectare și filme cu mesaj pozitiv, despre puterea de a învinge obstacole, despre a găsi bucurie în viață și despre a-i ajuta pe ceilalți.

Serile de film drive-in „Mov(i)e On – filme de bine” s-au desfășurat în parcurile magazinelor Kaufland din București și județul Constanța.

Proiectul a avut **3.000 beneficiari direcți** și 6.000 beneficiari indirecti.



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

Asociația Culturală Gabriela Ionescu și Slavomir Popovici

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Culturală Gabriela Ionescu și Slavomir Popovici are ca principal obiect de activitate educația artistică și încurajarea manifestărilor culturale, pe două paliere: educație pentru tineri, prin Super, festivalul de artă făcută de adolescenți și prin ART200, festivalul de film queer.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

68.000 lei

DIN CARE

49% 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? *profundimea 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*

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

Prin Super, asociația adresează problema lipsei educației artistice în licee și a încurajării de a face artă pentru adolescenții din România prin: crearea de ateliere educațional-artistice (de film, teatru, dans, jurnalism cultural, scriere creativă, poezie etc.), organizarea de evenimente culturale dedicate adolescenților și în care se prezintă creațiile adolescenților (proiecții de film, spectacole de teatru, concerte, lecturi de poezie etc.), organizarea de oportunități de finanțare și de networking cu specialiști din domeniul cultural (sesiuni de feedback cu juriul, Super Pitch).

Cea de-a opta ediție a festivalului, organizată în perioada 31 august – 6 septembrie 2020, în București a adus în atenția publicului o serie de evenimente:

✂ Atelier de poezie

Cei 13 participanți s-au întâlnit cu poezii Medeea Iancu, Andrei Dósa, Ștefan Baghiu, Livia Ștefan, Deniz Otay, Cosmina Moroșan, Florentin Popa și Claudiu Komartin. În total s-au înscris peste 100 de adolescenți.

Rezultate:

- Antologia de poezie „Cocon”, editura OMG Publishing;
- Lectură de poezie cu un public de 75 de persoane;
- Difuzare live pe Facebook a lecturii cu un public de 1.300 de persoane.

✂ Atelier de film

Cei 12 participanți s-au întâlnit cu cineasții Ana Lungu, Carmen Tofeni, Carla Fotea, Irina Trocan, Simona Sava, Călin Boto, Dragoș Apetri și Ioan Filip. În total s-au înscris peste 50 de adolescenți.

Rezultate:

- 4 scurtmetraje;
- Proiecție a filmelor cu un public de aproximativ 100 de persoane;
- Difuzare live a Q&A-ului cu regizorii, cu un public de 1.400 de persoane.

✂ Proiecții de film

În total, au fost înscrise aproximativ 400 de scurtmetraje românești și internaționale, din care cei 6 selecționeri adolescenți au ales aproape 100. Proiecțiile s-au ținut la Spațiul M60, Mercato Kultur și Muzeul Țăranului Român.

Rezultate:

- 6 proiecții de film care au adunat, în total, aproximativ 600 de spectatori;
- 6 discuții cu realizatorii filmelor, după proiecții, moderate de selecționeri.

✂ **Un concert** care a avut loc înainte de gala de deschidere a festivalului, la Spațiul M60.

Au cântat două trupe formate din adolescenți, Moksha și Sacadat, trupe ce au fost selectate din aproximativ 10 înscrieri. Concertul a avut un public de 100 de persoane.

✦ Spectacol de teatru

Trupa de teatru adolescent „Acting Up” a interpretat spectacolul „Douăzeci”, o adaptare după Adam Haehnel, înaintea unei proiecții de film la Mercato Kultur, la care au participat 100 de spectatori; alți 750 au urmărit transmisia live.

✦ Film + poezie - Proiecție de videopoeme și lectură de poezie

Din cele aproximativ 100 de videopoeme înscrise, selecționerii Teona Galgoțiu și Andrei Dósa au ales 14 filme, care au fost proiectate la Rezidența BRD Scena9 pentru un public de 75 de persoane. Difuzarea live a strâns 1200 de spectatori.

✦ Expoziție de artă vizuală, cu tema „Exterior”, curatoriată de Luca Florian și Matei Bumbuț

43 de artiști adolescenți au expus picturi, fotografii, instalații, sculpturi și colaje, la Spațiul M60. S-au înscris aproximativ 38 de adolescenți cu 85 de lucrări. Vernisajul expoziției a avut un public de peste 200 de persoane, iar difuzarea live a vernisajului și interviurilor cu participanții și vizitatorii a adunat laolaltă 630 de persoane.

Kaufland România a sprijinit în 2020, pentru prima oară, festivalul de artă făcută de adolescenți Super. Cu sprijinul lor, am reușit să creăm cea mai complexă ediție a festivalului de până atunci, extinzând focusul de pe partea de film pe artă în general și incluzând, astfel, muzica, teatrul, poezia în festival.

În ciuda faptului că a trebuit să amânăm proiectul din cauza pandemiei, ediția a opta, din 2020, a fost una în care festivalul s-a transformat semnificativ, în care am investit în multidisciplinaritate și am creat mai multe oportunități pentru tineri. Toate acestea nu ar fi fost posibile fără sprijinul Kaufland România, care ne-a ajutat să creștem și să ne dezvoltăm.

IAROMIRA POPOVICI
Președinte

✦ Concursul „Super Pitch” (pentru o finanțare de 200 de euro)

A fost împărțit în două etape: înscrierea online a ideilor de film și prezentarea ideilor, care au trecut de prima etapă, în fața unui juriu. Sesiunile de pitching s-au desfășurat la Sediul Accept.

Rezultate:

- 10 idei de scurtmetraj înscrise;
- 5 idei selectate în a doua etapă și prezentate juriului;
- Un scurtmetraj care a câștigat finanțarea și care va fi proiectat la ediția a 9-a a festivalului.

✦ Gala de premiere

Filmele din festival au fost împărțite în trei secțiuni: competiția națională, internațională și secțiunea non-competițională. Juriul a fost format din Ana Drăghici, Andrada Cilibiu și Flavia Dima. 11 cineaști adolescenți au câștigat premii în bani, cărți, aparatură de fotografiat etc. La gala de premiere și închidere a festivalului au participat 100 de spectatori, iar difuzarea live a strâns alți 1.400.

Asociația Locus

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Asociația Locus are ca scop salvarea și promovarea patrimoniului cultural, arhitectural, urbanistic și natural de pe teritoriul României.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

97.000 lei

DIN CARE

50% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● #IGotMarked

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? *profundimea 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

#IGOTMARKED

Filozofia definitorie pentru asociație este aceea că patrimoniul național, fie el material sau imaterial, are potențialul de a deveni un motor de reactivare și regenerare comunitară. Mijloacele utilizate sunt multidisciplinare, urmărindu-se obținerea unor strategii personalizate pentru fiecare caz în parte. Impactul se dorește a fi atât de natură materială, de exemplu reabilitarea obiectivelor de patrimoniu și creșterea bunăstării comunității, cât și imaterial în cazul coagulării mediului social și al conservării patrimoniului invizibil.

#IgotMarked este o platformă de promovare și valorificare digitală a patrimoniului cultural al Băilor Herculane. Mesajul principal al acestei campanii este faptul că patrimoniul cultural a ocupat și ocupă un loc esențial în memoria colectivă.

Proiectul inedit a constat într-o serie de evenimente culturale ce au îmbinat două teme importante - patrimoniul cultural și comunitatea culturală.

Primul pas în proiect a fost reconstruirea metaforică a Băilor Neptun, prin implicarea societății civile și a mediului cultural, reprezentat de către ambasadorii culturali.

Timp de două luni, inițiatorii proiectului au colectat povești și amintiri ale oamenilor care au fost marcați și au o legătură emoțională cu stațiunea, în cadrul unui apel public lansat pe site-ul HerculaneProject și paginile social media ale proiectului. Grafica a fost ulterior montată pe ferestrele Băilor Neptun, pe durata a trei zile, alături de 10 voluntari, fiind și o componentă educativă și de voluntariat.

Pe perioada celor trei zile, turiștii, cât și o serie de invitați s-au lăsat marcați de patrimoniu prin atingerea fațadei Băilor Neptun și

fotografierea palmei de către un fotograf invitat în cadrul proiectului.

Proiectul a inclus și dezvoltarea unui film scurt despre vindecare patrimoniului și a 10 testimoniale video #IgotMarked, cu focus extensiv pe Băile Herculane și comunitatea locală, cât și pe o serie de stațiuni balneare conexe pentru a conecta idei și eforturi comune.

O a doua componentă a proiectului a fost reprezentată de organizarea de evenimente de tip happening online - LIVE-uri, Giveaway, Q&A, QUIZ-uri, cât și fizic - tururi culturale/ture foto (în limita măsurilor cu privire la organizarea de evenimente în perioada COVID-19) și conectarea proiectului cu școala de vară Baia de Arhitectură Ediția IV, ce a avut loc în iulie 2020.

Pasul final al proiectului a fost dezvoltarea Atlasului Vindecării - cartarea celor doi pereți ai Băilor Neptun marcați de cei ce au făcut baie acolp încă din 1886. Atlasul are forma și dimensiunea unei cărămizi reale și a fost dezvoltat într-o ediție limitată de 100 de bucăți. Pe lângă cartarea efectivă a cărămizilor inscripționate, acesta conține testimoniale scrise din partea unei serii de invitați.

Grupul țintă al proiectului este format din: membrii comunității LOCUS (vizitatorii website-ului, fanii paginii de Facebook și contului de Instagram Herculane Project, membrii ai comunității locale și turiști participanți la activitățile din Băile Herculane) - aproximativ **30.000 de persoane**; persoanele interesate de patrimoniu, istorie, artă, arhitectură, peisagistică și dezvoltare comunitară din România, independent de profesia lor; specialiști și cercetători din domeniile arhitecturii, peisagisticii, istoriei,

istoriei de artă, restaurării, economiei, turismului, dezvoltării comunitare; creatori de conținut; membri mass-media locală, națională și internațională; personalul administrațiilor publice locale și ai instituțiilor responsabile de protecția și gestiunea patrimoniului (Institutul Național al Patrimoniului, Direcțiile Județene de Cultură ș.a.).

Nevoile acestor grupuri sunt diverse și diferite, de aceea proiectul propune comunicarea atât a unor direcții educative și interactive cu publicul larg, cât și crearea unui dialog cu mediul de specialitate și promovarea conceptelor sustenabile de reactivare a patrimoniului cultural.

Relația de colaborare cu Kaufland România s-a desfășurat, putem spune, perfect, de la detaliile organizatorice și până la cele de comunicare și prezentare ale proiectului. Totodată, relația pe care am construit-o cu reprezentanții Kaufland România a fost una de încredere și onestitate și pot spune că noi, asociația, am simțit că facem parte dintr-o mare familie.

OANA CHIRILĂ
Președinte



Asociația Stage Photo

○ *partener comunitar nou*

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 Photofest

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

S-a stabilit o legătură

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*

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

BUCHAREST PHOTO FEST

Bucharest Photofest, ajuns în 2020 la a cincea 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. 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.

Tema centrală a ediției a fost subiectul Solidarității / Solidarity, ca simbol, în sensul larg al cuvântului, pentru ceea ce a reprezentat anul 2020 pentru aproape întreaga planetă. Festivalul a adus în atenția publicului subiecte precum situația refugiaților din lumea întreagă, cum a afectat pandemia COVID-19 țara noastră și nu numai, a fost prezentat un proiect fotografic din Fâșia Gaza, dar și imagini din Americi și până în îndepărtata Asia grație unei expoziții colective a comunității internaționale GuruShots.

Fotografia prin însuși rolul său transmite, comunică, prezintă fapte, evenimente, personaje, oameni. Astfel, ea este pretext pentru dezbateri pe teme actuale, iar Bucharest Photofest a oferit contextul unor discuții cu fotografi și specialiști. O serie de discuții au fost organizate la Goethe Institut, precum și două vernisaje, mai întâi cel al proiectului Home – semnat de apreciată fotografă Felicia Simion – la Modul Cărturești și mai apoi cel al proiectului everRestLess – al fotografilor Sorin Florea și Adi Bulboacă – la Victoria Hub. Comunitatea de fotojurnaliști români de la Documentaria.ro au expus două expoziții grupate sub genericul Solidaritate (la Muzeul Național al Țăranului Român) și susținut un la Goethe Institut. Festivalul s-a încheiat cu un concert acustic susținut de Cezar și Cosmin (Days of Confusion). Opening act: trupa Barter.

Fundația Filderman pentru Educație, Cultură, Artă

© partener comunitar de tradiție

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea fundației este facilitarea unui dialog intercultural, implicarea tuturor factorilor interesați în activități de voluntariat, în vederea dezvoltării unui sistem de educație bazat pe valori, competențe și aptitudini.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

264.000 lei

DIN CARE

19% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

2

- Femeia, al cincilea anotimp
- Spune mulțumesc unui prieten

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în tichete cadou

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Îmbunătățirea calității vieții

Cum s-a schimbat? *profundimea 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 întâmpinat dificultăți în

obținerea de finanțare

Am adaptat evenimentele pentru a restrânge numărul de participanți

FEMEIA, AL CINCILEA ANOTIMP

Proiectul „Femeia, al cincilea anotimp” are la bază promovarea egalității de gen, a înțelegerii rolului important al femeii în societatea actuală. Astfel, în perioada 12-16 martie 2020, asociația a organizat activități dedicate Zilei Femeii în București, Ploiești, Dorohoi și Focșani.

Asociația s-a adresat, deopotrivă, femeilor care au rezultate excelente în domeniile lor de activitate, dar și femeilor a căror condiție socială și profesională, nivel de educație și înțelegere nu le permit să își înțeleagă rostul și rolul în comunitățile în care trăiesc.

320 de femei au participat la evenimente, unde au primit daruri, dar și mesaje scrise care le reaminteau despre rolul lor în societate. Au fost premiate doamnele care au rezultate excelente în domeniile în care activează - femei manager, profesori, medici, lideri comunitari.

Pentru că evenimentul a coincis cu instituirea stării de urgență, asociația a fost nevoită să restrângă activitățile programate - a anulat recitalurile live, spectacolele și a mutat concursurile în mediul online, pentru a evita formarea grupurilor mari de persoane.



SPUNE MULȚUMESC UNUI PRIETEN

Perioada pe care o traversăm în contextul pandemiei de coronavirus, temerile, restricțiile și nesiguranța sanitară ne impun derularea activităților și acțiunilor noastre în spațiul virtual. Nu ne întâlnim decât online, vorbim la telefon, ne facem urări sau ne felicităm, dincolo de spațiul real. Trăim și o vom mai face, o bucată bună de vreme, într-o formă de izolare acceptată și înțeleasă.

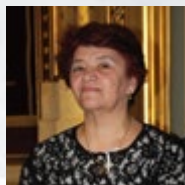
Proiectul „Spune mulțumesc unui prieten”, derulat în data de 16 decembrie 2020, în preajma sărbătorilor, a fost modul asociației de a arăta că respectă și apreciază fiecare persoană implicată în lupta anticovid, în campanii colective sau în nume propriu, de restrângere a efectelor pandemiei și de înțelegere a responsabilităților fiecăruia în parte, ale tuturor, împreună.

Asociația a creat cărți poștale, felicitări, a scris mesaje de mulțumire și a oferit daruri. Cel care te ajută atunci când te afli într-un impas, acela poate fi numit Prieten. Cu acest gând a fost alcătuită lista celor cărora asociația le-a mulțumit. Listă pe care s-au regăsit medici și asistente medicale care se află în prima linie în lupta împotriva COVID-19, actori și artiști, profesori, directori de muzee care au păstrat interesul pentru școală, cercetare academică, studiu, colegi care și-au asumat riscurile pe care le presupune munca în comunitate și au avut grijă de seniorii din căminul pentru persoane vârstnice.

În acest fel, asociația a adunat peste **320 de Prieteni**, cărora le-a mulțumit cu ajutorul sprijinului oferit de Kaufland România, promovând astfel valorile care dau sens și rost unei comunități – educație, responsabilitate socială, cultură.

Implicarea face diferența - a creat o stare de spirit care presupune și impune responsabilitate, participare, emoție. Ești acolo și când e bine, ești acolo și când trebuie să iei decizii pentru a pune pe făgașul bun o stare, o situație. Implicarea face diferența - e o lecție deschisă despre viață.

JANINA ILIE
Președinte



Asociația Literati

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Viziunea Asociației Literati este aceea de a sprijini educația și cultura din România.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

54.000 lei

DIN CARE

44,7% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● **Arta pe Scena Nouă**

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Cum s-a schimbat? *profunditatea 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*

Am fost nevoiți să amânăm proiecte

Am întâmpinat dificultăți în

obținerea de finanțare

ARTA PE SCENA NOUĂ

Arta se află, în aceste vremuri marcate de pandemia Covid-19, în fața unei noi provocări. Provocarea de a-și găsi o Scenă Nouă prin care să ajungă la public. Adică spații neconvenționale sau locuri care au o poveste.

Arta pe Scena Nouă este un proiect care promovează arta, cultura, muzica și baletul, prin intermediul unor producții video, cu artiști de renume, promovând astfel România pitorească și locuri cu însemnătate pentru cultura României.

Proiectul și-a ales ca primă Scenă Nouă comuna Secăria, localitate care amintește de satele străbune, de o frumusețe extraordinară și peisaje de un verde care inundă privirea. Prezintă o coregrafie originală, pusă în scenă de balerinele Alice Minoiu și Raluca Jercea. Tema muzicală este inspirată din cântecele Mariei Tănase, cea care a fost și dăinuie ca fiind vocea satului românesc. Muzica este glasul a două viori, în interpretarea violoniștilor Rafael Butaru și Mircea Lazăr. Iar natura participă la actul artistic.

Filmul „Arta pe scena nouă – Până când nu te iubeam” și-a propus să promoveze arta prin mai multe axe ale sale (muzica clasică, balet, fotografie, regie video) și să aducă la viață, în fața publicului, frumusețea României prin peisaje autentice, patrimoniul cultural al Mariei Tănase și creații ale unor designeri români, care reinterpretează motive românești.

Filmul a fost prezentat la Sibiu în cadrul Astra Film Festival Open Air, în cadrul programului Valuri AFF – proiecții de film vizionate din bărci care plutesc pe lac.

Proiectul Arta pe Scena Nouă a fost unul dintre puținele proiecte artistice de conștientizare a importanței artei și culturii

în contextul pandemiei COVID-19. Pentru că una dintre problemele sociale pe care Asociația Literati dorește să o adreseze este reprezentată de slaba participare culturală în special a tinerilor din România, videoclipul realizat în cadrul proiectului a fost vizualizat în proporție de peste 80% de un public tânăr, fiind pentru mulți primul contact cu arta baletului.

Impact:

- 3 milioane persoane
- reach social media – 360.000
- 130.000 vizualizări ale filmului
- 30+ apariții media
- 28 spoturi radio

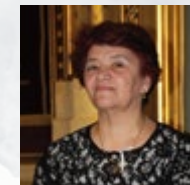
Filmul „Arta pe scena nouă – Până când nu te iubeam” a generat cel puțin 20 de apariții media la televiziune, agenții de știri, presă online centrală sau locală și peste 10 apariții în agregatoare de știri. Potrivit MediaTrust, aceste apariții media au avut un public potențial de peste **900.000 de persoane**.

Sprijinul Kaufland România a fost esențial în desfășurarea proiectului Arta pe Scena Nouă, care a demonstrat că arta se poate adapta la noile condiții pandemice și că poate să ajungă la public și prin intermediul mijloacelor electronice.

Într-o perioadă în care multe companii erau reticente față de sprijinirea proiectelor artistice, ramură economică și socială considerată „non-esențială”, Kaufland România a înțeles că o societate educată are nevoie de cultură, cu atât mai mult într-o perioadă în care teatrele își puseseră lacătul, iar artiștii s-au trezit peste noapte fără activitate. Colaborarea a fost cât se poate de eficientă, iar responsivitatea reprezentanților CSR ai Kaufland România ne-a bucurat și impresionat enorm.

DIANA FLORENTINA NĂSULEA

Vice-Președinte



Fundația Astra Film

○ *partener comunitar nou*

VIZIUNE & MISIUNE

Misiunea ASTRA FILM este educarea și cultivarea comunității în spiritul toleranței și înțelegerii diversității lumii în care trăim, cu ajutorul filmului, cel mai puternic mediu de comunicare.

NECESAR DE FINANȚARE AL ASOCIAȚIEI ÎN 2020

1,45 mil. lei

DIN CARE

1,57% susținut de Kaufland România

NR. PROIECTE

1

● Astra Film Festival

FORMA CONTRIBUȚIEI

Sponsorizare în bani

IMPACTUL ASUPRA BENEFICIARILOR

Ce s-a schimbat? *tipul impactului*

Schimbarea atitudinii / comportamentului

Îmbunătățirea competențelor personale

Cum s-a schimbat? *profundimea impactului*

S-a stabilit o legătură

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 fost nevoiți să reducem numărul de angajați

Am întâmpinat dificultăți în obținerea de finanțare

ASTRA FILM FESTIVAL

Astra Film este un festival care se integrează în viața orașului prin identificarea sa cu nevoile comunității și naște identități urbane noi, consolidând curente culturale și generând legături strânse între cei pasionați de arta cinematografiei de non-ficțiune. De mai bine de un sfert de secol, festivalul e un punct de convergență pentru excelența artistică, valoarea și semnificația conținutului și trăirea intensă care aduce laolaltă public, artiști și organizatori deopotrivă.

Din punct de vedere al conținutului, fiecare ediție inovează, aduce la Sibiu noutăți tematice și personalități ale genului cinematografiei documentare, iar proiecțiile speciale vizează de fiecare dată grupuri specifice.

Astra Film Festival 2020 a adus la Sibiu multiple producții ale cinematografiei mondiale de non-ficțiune într-o structură concepută pornind de la două obiective principale: asigurarea continuității la nivel european a celui mai important eveniment festivalier dedicat filmului de non-ficțiune din România și aducerea către public a unui program consistent de opere cinematografice de non-ficțiune în condițiile actuale de restricționare a accesului în spații închise și în conformitate cu regulile de distanțare socială.

Festivalul, organizat în perioada 4 – 13 septembrie, a debutat cu Gala de deschidere, în care a fost prezentat conceptul ediției, urmat de vizionări, dezbateri și un concert al trupei Subcarpați.

În primele 3 zile ale Festivalului, festivalul a oferit publicului o experiență unică de vizionare - scaunele de cinema au fost înlocuite cu bărci cu vâsle și hidro biciclete de maxim 4 locuri. Pe un ecran gigantic amplasat în capătul lacului, publicul a putut viziona trei documentare ce au dat conceptul celor trei seri: Cu barca la munte (6 septembrie), Cu barca în viitor (7 septembrie), Cu barca printre mori de vânt (5 septembrie).

Pentru competiția din cadrul festivalului au fost selectate filme documentare fără restricții de temă și durată, care nu au mai fost înscrise în competiție la alte ediții ale Astra Film Festival. A fost necesar ca filmele să aibă calități cinematografice, angajament artistic și o prezență a punctului de vedere regizoral atât în ceea ce privește forma, cât și conținutul. Documentarele sunt creative și de autor. Finaliștii au fost nominalizați pentru următoarele premii, în funcție de categoria în care au fost înscrși:

- Secțiunea internațională - Selecția finală a cuprins 8-10 lungmetraje din toată lumea.
- Secțiunea Europa Centrală și de Est - a cuprins filme din țările Europei Centrale și de Est și care au făcut parte din blocul sovietic, incluzând republicile asiatice și Rusia extrem-orientală. Selecția a urmărit producții care tratează problematica comună a ieșirii din comunism, focalizându-se în același timp asupra celor mai importante și interesante aspecte specifice fiecărei țări în parte. Selecția finală a cuprins 8-10 lungmetraje / mediu-metraje.
- Secțiunea România - dedicată filmelor de non-ficțiune produse în România, realizate de autori români sau de origine română, precum și filmelor realizate în coproducție cu parteneri străini. Selecția finală a cuprins 8-10 lungmetraje / mediu-metraje.

În fiecare zi a săptămânii nevoia publicului sibian și nu numai de cinema și de manifestări artistice de calitate în condiții sigure a fost suplinită cu o proiecție de film documentar pe teme de interes și un concert electric susținut de Subcarpați, Ana Coman, Balkan Taksim, Karpov not Kasparov.



La un an după ce Sibiu a fost Capitală Gastronomică Europeană, Astra Film a continuat proiecțiile de film pe teme gastronomice. În 2020, fundația a lansat un nou parteneriat cu IGCAT: Institutul Internațional de Gastronomie, Cultură, Artă și Turism. Astfel, filme scurte din toată lumea, câștigătoare ale concursului Food Film Menu 2020 organizat de IGCAT, au fost prezentate în cadrul Astra Film Festival.

Diversele mâncăruri, feluri de mâncare, tradiții și moșteniri gastronomice au modelat de-a lungul timpului peisajul cultural, arhitectural și social din diverse regiuni ale globului. Filmele premiate la Food Film Menu au reprezentat acest puzzle unic de tradiții culinare ce merită să fie promovate și păstrate.

Beneficiari direcți: cei **10.000 de oameni** prezenți la eveniment.



Programe de finanțare

În 2020, am continuat implementarea celor două programe de finanțare pentru organizațiile neguvernamentale – *În Stare de Bine* și *Start ONG*.

În Stare de Bine este un program de finanțare ce oferă anual granturi nerambursabile în valoare totală de 1 milion de euro organizațiilor neguvernamentale din România. În plus, include componentă de creștere a sustenabilității organizațiilor neguvernamentale.

Start ONG, ajuns la a doua ediție, este cel mai simplificat mecanism de finanțare, pentru a oferi sprijin financiar ONG-urilor mici sau recent înființate, dar și instituțiilor publice din sfere precum educația (grădinițe, școli) și cu rol social (cantine publice, centrele pentru persoane vârstnice și copii).

Pentru a răspunde nevoilor imediate ale societății în noul context sanitar, am adaptat formatul celor două programe, astfel încât să ne concentrăm atenția asupra acelor proiecte care vizau limitarea efectelor negative ale pandemiei COVID-19.

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. Programul este susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile.

„În Stare de Bine – Programul pentru ONG-uri susținut de Kaufland” a continuat în 2020 misiunea de a apropia sectorul business de sectorul ONG, prin susținerea celui de-al treilea an de finanțare și componentă de creștere a sustenabilității organizațiilor neguvernamentale. Programul a debutat în februarie 2020 și a fost construit pe 2 componente principale – componenta de finanțare a sectorului și componenta de creștere a capacității organizaționale prin programul „Creștem ONG-uri”.

Ambele componente au fost afectate de restricțiile de circulație și medicale cauzate de pandemia COVID-19 și a fost necesară adaptarea lor pentru a putea fi de folos cât mai bine organizațiilor și beneficiarilor lor.

Componenta de finanțare a programului a fost gândită pentru anul 2020 ca fiind dedicată organizațiilor care lucrează cu și în beneficiul grupurilor vulnerabile în cele 3 domenii consacrate ale programului: cultură, sport și viață sănătoasă. Componenta de finanțare are un buget de 4.489.000 lei și viza construirea și lansarea a 2 apeluri generale de proiecte pentru organizații neguvernamentale.

Primul apel însă a fost radical modificat în ceea ce privește prioritățile de finanțare. Efectele pandemiei au fost puternice în toate sectoarele societății, iar impunerea stării de urgență și apoi a celei de alertă au efectat în special sectoarele deja vulnerabile, atinse de sărăcie și discriminare. De asemenea, sistemul medical a fost foarte puternic încercat în cursul anului 2020.



Astfel, primul apel al anului 2020 a fost reconfigurat și axat pe nevoile actuale ale societății. 50% din bugetul de finanțare (2.244.500 lei) a fost direcționat către un apel denumit „În stare să ajut” și a susținut inițiative exclusiv în domeniul viață sănătoasă. A avut ca scop promovarea și/sau sprijinirea accesului egal și etic – în condițiile stării de urgență cauzate de pandemia COVID-19 și perioadei imediat următoare acestora – la bunuri, servicii și informații pentru comunitățile sau grupurile aflate într-o categorie de vulnerabilitate. Bugetul fiecărui proiect în parte s-a încadrat între 25.000 și 150.000 lei (doar în situații foarte bine justificate se puteau solicita până la 235.000 lei), iar durata maximă putea fi de 6 luni.

Apelul a fost lansat în data de 6 aprilie 2020, iar la 7 zile de la data lansării lui erau înscrise 143 de proiecte, dintre care au putut fi finanțate doar **15 proiecte**.

Cele 15 proiecte finanțate au avut intervenții care abordau efectele pandemiei de COVID-19 și au vizat 2 mari categorii de beneficiari: unitățile medicale aflate în nevoie de echipamente și consumabile medicale și beneficiarii organizațiilor neguvernamentale, ale căror vulnerabilități au devenit și mai pronunțate în acest context pandemic.



Tipurile de intervenții au abordat mai multe direcții:

- Adaptarea serviciilor sociale oferite de către organizații prin organizarea lor în sistem online și telefonic sau în offline cu respectarea elementelor de distanțare socială (terapie pentru copii cu tulburări din spectrul autist; activități de educație remedială în online sau consiliere telefonică oferită copiilor și tinerilor care nu pot participa la activități online; terapie și servicii medicale pentru pacienți oncologici; sprijin social sau emoțional pentru părinți/apartinătorii care au în grijă copii cu diverse tulburări și dizabilități; etc). Această adaptare a activității la online a venit și cu o componentă de dotare a beneficiarilor cu echipamente care să faciliteze comunicarea sau participarea la activități de tipul școală online (tablete, laptopuri, cartele cu abonament la internet);
- Oferirea accesului la produse alimentare și de igienă beneficiarilor vulnerabili ai organizațiilor neguvernamentale (organizațiile au oferit pachete beneficiarilor lor care au fost afectați financiar de efectele pandemiei, dar și altor persoane/familii identificate în cadrul proiectelor);

- Aprovizionarea unităților spitalicești cu echipamente și consumabile medicale (măști, soluții dezinfectante, halate, combinezoane, manșuri, pulsoximetre, lămpi UV etc.);
- Echiparea asistenților comunitari ce lucrează în mediul rural cu consumabile și echipament medical, conform recomandărilor pentru perioada de pandemie;
- Organizarea de spații de adăpost și triaj pentru persoanele fără adăpost și renovarea de băi publice în comunități foarte sărace;
- Sprijin oferit micilor producători locali (atelier de croitorie) pentru a își reconfigura activitatea și a contribui la ameliorarea crizei interne de consumabile medicale (combinezoane medicale acreditate realizate în ateliere locale de croitorie și donate unităților medicale în nevoie).

Printre rezultatele primului apel de proiecte, în stare să ajut, se numără:

- ✓ 23.244 de beneficiari;
- ✓ 65 de unități medicale și spitalcești au fost dotate cu echipamente cu: 11.323 halate/combinezoane, 124.330 măști, 4.500 l dezinfectanți/gel igienizare, 479 viziere, 26.740 mănuși, 5.500 perechi botoși, 1 videolaringoscop, 11 purificatoare, 30 lămpi UV, 2 concentratoare oxigen staționar, 66 pulsoximetre, 3 nebulizatoare;
- ✓ S-au donat 4.455 de pachete cu alimente și/sau igienico-sanitare și 160 de echipamente pentru educație online, 183 de kituri educaționale și 55 kituri terapeutice;
- ✓ 92 de voluntari au fost implicați constant în activitățile proiectelor;
- ✓ 3 containere au fost achiziționate pentru a fi folosite drept dormitor și spațiu sanitar pentru persoane fără adăpost în Iași.

Al doilea apel a fost lansat în data de 30 iunie 2020 și a revenit la prioritățile generale ale programului și anume susținerea grupurilor vulnerabile prin intermediul a 3 domenii (cultură, sport și viață sănătoasă), mai ales în contextul în care domeniile cultural și sportiv au fost unele dintre cele mai afectate ca urmare a restricțiilor cauzate de pandemie.

În cadrul acestui apel, organizațiile au putut solicita finanțare cuprinsă între 25.000 lei și 235.000 lei, pentru proiecte cu o durată maximă de 6 luni. În urma procesului de evaluare, în cadrul acestui apel au fost contractate **14 proiecte** care au avut ca perioadă de implementare octombrie 2020 – martie/aprilie 2021.

Ca tipuri de intervenții alese, cele 14 proiecte au vizat:

- Ateliere de lectură și creativitate online pentru copii de 6-10 ani din comunități vulnerabile precum Ferentari, Slatina, Nucșoara, Pojorâta, Lerești (județul Argeș), Bonțida, Geaca, Cornești (județul Cluj) și Războieni-Cetate (județul Alba);
- Platforma online pentru adaptarea orei de muzică prin propunerea de lecții muzicale video pentru copii și tineri din școlile gimnaziale din județul Timiș, din care cel puțin jumătate au unul sau ambii părinți plecați în străinătate;



Spectacol de teatru adaptat pentru spectatori cu diferite tipuri de dizabilitate, în special persoane cu dizabilitate vizuală și auditivă;



Cluburi de karate pentru copiii aflați în situații de risc din comune din județul Vâlcea, împreună cu școlile locale, antrenamente și ședințe nutriționale și educative cu copiii și părinții acestora;



Sesiuni de terapie ocupațională, grupuri de suport pentru părinți, ședințe educaționale, activități sportive și ateliere de sănătate mintală și fizică pentru copii cu nevoi speciale (autism, ADHD, sindrom Down) din Câmpulung, Calafat și câteva localități limitrofe din județul Dolj;



Programe integrate de nutriție, sport și consiliere emoțională/terapie pentru copii cu boli oncologice și persoane cu afecțiuni din spectrul bolilor rare;



Tratamente la domiciliul copiilor cu boli grave din Dobrogea – prima rețea de asistență integrată și sprijin de proximitate pe termen lung pentru copiii bolnavi de cancer;



Campanie de informare publică pe tema neurofibromatozei;



Servicii de reabilitare și integrare prin sport pentru copii din centre de detenție și educative, din Craiova, Tichilești, Târgu Ocna și Buziaș;



Activități sportive (karate) pentru copii din comunități rurale din județul Vâlcea;



Program de educație prin grădinarit pentru copii proveniți din 2 comunități extrem de sărace din Satu-Mare (Sătmărel) și din Baia Mare (Pirita);



Activități educaționale prin teatru și teatru labirint pentru gestionarea emoțiilor în două centre de plasament din județul Timiș.



În cadrul celor 2 apeluri de proiecte au fost evaluate **369 de propuneri** primite (143 proiecte în Apelul În stare să ajut și 226 în Apelul 2). În total au fost selectate, contractate și finanțate **29 de proiecte** în cadrul celor 2 apeluri.

Fiecare dintre cele 29 de proiecte au avut ca scop fie intervenție de urgență în cazul pandemiei, fie rezolvarea sau ameliorarea unei vulnerabilități a grupului pentru care lucrau.

Printre rezultatele generale ale acestora se numără:



38.644 de beneficiari din 224 de localități (34 județe);



68% din activitățile propuse s-au realizat în mediul rural;



Au fost organizate 52 de evenimente publice, 870 de ateliere cu beneficiarii și peste 7.000 de ore de activități.

Premii/recunoașteri:



Federația Organizațiilor Neguvernamentale pentru Servicii Sociale – Premiul 1 la secțiunea Incluziune Socială a Galei Societății Civile 2021, pentru proiectul „Locuire de Urgență și servicii medico-sociale pentru persoanele fără adăpost din municipiul Iași pe durata stării de urgență”, susținut în cadrul Apelului 1 – În Stare să Ajut.



Asociația Solidart – Teatrul Basca – premiul British Council la Gala Premiilor Uniter 2021, pentru spectacolul accesibilizat „Fluturii sunt liberi” din cadrul proiectului „Teatru accesibil tuturor” susținut în cadrul Apelului 2.



Asociația Prematurilor – EESC Civil Solidarity Prize pentru proiectul „Sprijin pentru personalul medical și nou-născuții din maternități - echipamente de protecție și aparatură împotriva COVID-19”

Componenta de creștere a capacității organizaționale - Programul „Creștem ONG-uri” a continuat în 2020 cu ediția a 3-a. Programul a debutat în 23 octombrie 2020 și a inclus 3 etape: evaluare organizațională, planificarea acțiunilor transformatoriale și intervenție.

#1

Evaluarea organizațională – se realizează în general prin aplicarea unei matrice organizaționale care analizează starea actuală a ONG-ului în funcție de 10 componente. Această matrice poate fi aplicată cel mai eficient organizațiilor care au deja câțiva ani de activitate și unde procesele organizaționale pot fi identificate de către echipa care completează matricea. Din experiența edițiilor anterioare însă, există, pe lângă aceste tipuri de organizații, și ONG-uri foarte la început de drum, care abia s-au înființat și care abia își stabilesc misiunea și domeniile de intervenție, dar și ONG-uri mari, cu procese de analiză organizațională deja realizate, dar care au nevoie de ghidaj pe anumite componente. Astfel, pentru această ediție s-a decis realizarea evaluării organizaționale abordând diferit cele 3 tipuri de organizații menționate mai sus.

#2

Planificarea organizațională – s-a realizat individual cu fiecare organizație din program în parte, în funcție de rezultatele analizei și s-a concretizat în dezvoltarea celor 4 piloni de intervenție.

#3

Intervenția – a reprezentat realizarea acțiunilor propuse de către ONG-uri, cu ajutorul consultanților și evenimentelor organizate. Au fost clarificate domeniile de intervenție pentru organizațiile din ediția a 3-a și au fost stabiliți pilonii de acțiune:

pilonul 1:

Dezvoltare organizațională – consultanță în dezvoltarea organizației din punct de vedere al managementului acesteia (comunicare și marketing, fundraising, realizarea unui cashflow, managementul voluntarilor, advocacy, planificare strategică, proceduri interne, board development, scriere de proiecte etc.)

pilonul 2:

Sănătate organizațională – dezvoltarea unei culturi de wellbeing pentru oamenii din organizație (un mic program de online personalizat de inteligență emoțională și wellbeing, pentru identificarea unor factori de stres pentru oamenii din organizații și mecanisme și bune practici de autoreglare emoțională)

pilonul 3:

Învățare organizațională – dezvoltarea din punct de vedere tematic al organizațiilor (drepturile omului, participare civică, atragere susținători)

pilonul 4:

Conectare organizațională – dezvoltarea capacității de networking a organizației prin participarea la o serie de întâlniri de conectare cu alte organizații din Comunitatea ONG-urilor #ÎnStareDeBine, pe câteva teme stabilite (educație, social, cultură și sport și mediul de afaceri)

În ediția a 3-a „Creștem ONG-uri” au fost implicate **45 de organizații**. După parcurgerea celor 4 piloni, organizațiile implicate în program au avut posibilitatea să acceseze o linie de finanțare de micro-granturi (între 2.000 și 7.000 lei). Aceste micro-granturi au fost menite să adreseze nevoi extrem de punctuale, identificate de către organizații în urma implicării lor în program și care nu puteau fi rezolvate cu ajutorul consultanților implicați. În total, 21 organizații au beneficiat de aceste micro granturi și au adresat: creare sau editare/ îmbunătățire site sau a paginilor de social media, campanii de fundraising sau instrumente specifice pentru fundraising (ex. creare modul de donații pe site, donații recurente etc.), creare de proceduri interne, promovare online a diverselor produse și servicii ale organizațiilor, consultanță juridică pentru modificare de documente, achiziția de programe de editare foto/ video sau design grafic etc.

Un eveniment important al programului Creștem ONG-uri, ce a reprezentat o combinație a celor 4 piloni, a fost **Laboratorul În Stare de bine**. Evenimentul s-a desfășurat între 14-20 august 2021 la Satul Prunilor, județul Dâmbovița, unde s-au adunat oameni pasionați de lucrul în societatea civilă, care au participat la ateliere de dezvoltare personală și organizațională, au experimentat metode de intervenție în comunitate și au avut întâlniri de strategie cu mentori dedicați domeniilor lor de lucru. 28 de asociații, fundații și federații din Comunitatea ONG-urilor În Stare de Bine au fost prezente.

2020 a fost unul dintre cei mai neobișnuiți și provocatori ani din ultima perioadă, pentru omenire în general, dar și pentru societatea civilă. Am învățat să reacționăm mult mai rapid decât am fi crezut că reușim, iar inițiativele și acțiunile ONG-urilor au fost de multe ori esențiale în perioada pandemiei, în special pentru persoanele vulnerabile.

Împreună cu Kaufland România am reușit să adaptăm cea de-a treia ediție a programului În Stare de Bine pentru nevoile actuale ale beneficiarilor organizațiilor cu care lucrăm. Astfel, în anul 2020, primul apel de proiecte În Stare să Ajut a fost dedicat eforturilor de combatere a efectelor negative cauzate de criza sanitară, iar cel de-al doilea apel a continuat să susțină proiecte sustenabile în domeniile sport, cultură și viață sănătoasă. Alături de oamenii, comunitățile și organizațiile din program și de Kaufland România, creștem de la an la an o Românie #ÎnStareDeBine.



IONUȚ SIBIAN

Director Executiv, Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile



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 de proiecte a fost deschis în luna martie 2020, urmând ca celelalte apeluri să fie deschise la începutul fiecărei luni. 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

2020 a fost un an extrem de dificil, care a pus întreaga societate la încercare, însă ONG-urile s-au mobilizat exemplar pentru a oferi sprijin comunităților din care fac parte.

În 2020, programul a însemnat:

- ✓ finanțare de 500.000 de euro
- ✓ 167 de ONG-uri mici, unități de învățământ, centre de copii sau bătrâni și grupuri informale finanțate, din
- ✓ 38 de județe
- ✓ 85.647 de beneficiari direcți
- ✓ 136.351 de beneficiari indirecti

În total, programul a avut 513 aplicații, iar **167 de proiecte au fost finanțate**. Acestea se încadrează în cele cinci domenii ale programului:

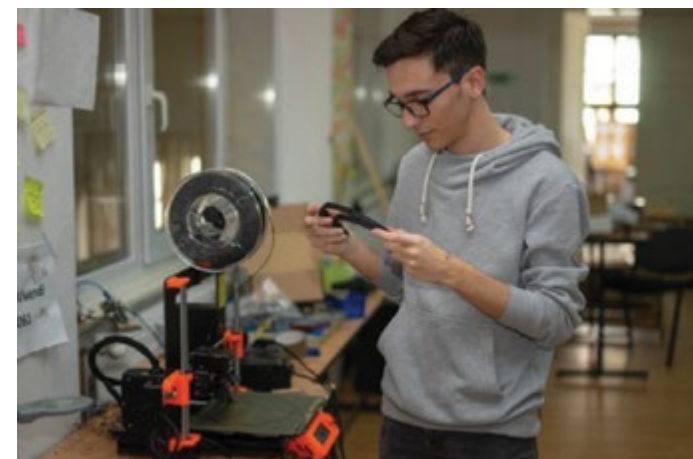
- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| •• Educație:
102 proiecte | •• Sănătate:
17 proiecte |
| •• Social:
42 proiecte | •• Mediu:
4 proiecte |
| | •• Cultură:
2 proiecte |

În plus, pentru a ajuta comunitățile să treacă mai ușor peste efectele negative generate de pandemie, echipa Start ONG a decis adaptarea a 3 dintre apelurile programului (aprilie, mai, octombrie), astfel încât societatea civilă să poată beneficia de finanțare pentru proiecte care răspund nevoilor comunităților în contextul actual. În total 40.119 persoane vulnerabile au beneficiat de sprijinul proiectelor finanțate în cadrul acestor apeluri.

Proiectele din această ediție au intervenit în unele dintre cele mai afectate zone de pandemie, asigurând servicii și bunuri de bază pentru persoane vulnerabile:

- 33 de unități de învățământ finanțate care au oferit 374 tablete copiilor din medii defavorizate, 52 de tablete și laptopuri pentru profesori, 113 echipamente de dotare a școlilor (table interactive, videoproiectoare etc.), 2.915 pachete materiale igienico-sanitare;

- Prin 31 de proiecte au fost oferite alimente și produse igienico-sanitare persoanelor vârstnice și familiilor vulnerabile;
- Prin 11 proiecte a fost oferită consiliere psihologică telefonică sau prin videoconferințe pentru diferite categorii de grupuri vulnerabile;
- Prin 26 de proiecte au fost realizate activități educaționale online care au sprijinit elevii să continue activitățile educaționale în ciuda faptului că școlile au fost închise în această perioadă;
- Pentru a susține sistemul medical au fost donate 6 stații de oxigenoterapie, 2 instituții medicale au fost ajutate în mod direct; 150 de viziere realizate de elevi pentru medici.



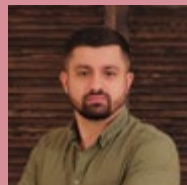


Printre proiectele care au fost posibile datorită finanțării Start ONG, se numără:

- **Matematica la distanță pentru nevăzători** - Au fost realizate 2 culegeri de probleme pentru Evaluarea Națională pentru elevii nevăzători, precum și înregistrări audio și un ghid de utilizare a limbajului Matematicus, ca alternativă la limbajul Braille.
- **StartO₂** - Oxigenoterapie pentru pacienții simptomatici confirmați cu infecție Covid-19 - 6 stații de oxigenoterapie non-invazivă prin mască, destinate persoanelor COVID-19 pozitive, simptomatice, au fost puse la dispoziția spitalelor din Cluj-Napoca.

- **Restart pentru o nouă viață** - femeile victime ale violenței domestice au fost sprijinite prin servicii de consiliere online/ telefonică, consiliere de grup (grup terapeutic online) și de informare asupra fenomenului violenței asupra femeii.
- **Hrănește pe cei înfomețați** - 960 de porții cu hrană caldă au fost oferite persoanelor nevoiașе și vulnerabile, fără adăpost în perioada stării de urgență.
- **Azi o mască, mâine o viață** - proiect prin care elevii de liceu au sprijinit cadrele medicale prin construirea și oferirea de viziere pentru medicii aflați în prima linie în lupta cu COVID 19. Aceștia au achiziționat o imprimantă 3D și au creat și 150 de suporturi pentru viziere.

2020 a fost anul în care am început să ne confruntăm cu cea mai mare criză din ultimii zeci de ani - pandemia COVID-19. Uitându-ne la imaginea de ansamblu, deciziile, politicile, schimbările care s-au întâmplat au potențialul de a reconfigura lumea mulți ani de acum înainte. La firul ierbii, însă, există povești și vieți luate prin surprindere. Aici societatea civilă a reușit să ocupe un rol exemplar, acoperirea nevoilor acolo unde soluțiile macro nu erau suficiente. Am oferit, astfel, un instrument financiar croit special pentru comunități vulnerabile, cu rolul de a ajuta la acoperirea nevoilor apărute sau adâncite odată cu contextul pandemic.



ANDREI COȘULEANU
Președinte Act for Tomorrow





**Implicarea
face
diferența.**

