

Raport anual de responsabilitate corporativă 2009



Cuprins

Introducere	3
1. Metodologia de raportare	4
2. Raport	5
2.1. Valoarea investițiilor în comunitate	6
2.2. Sectoare în care s-a investit	7
2.3. Distribuția geografică a investițiilor	12
2.4. Caracterul investițiilor	12
3. Concluzii	13
4. Parteneri	14

Introducere

Raiffeisen Bank România este un actor economic important pe piața serviciilor financiare și un factor cu influență în economie. Una dintre valorile băncii noastre este responsabilitatea iar sloganul nostru este „Reușim împreună!”. Valorile și sloganul nostru afirmă că suntem conștienți de impactul pe care îl avem în piață și că înțelegem să ne asumăm responsabilitatea față de toți cei care pot fi afectați de activitatea noastră, fie ei angajați, clienți, acționari, parteneri de afaceri sau comunitățile în care ne desfășurăm activitatea.

Din acest motiv, am ales ca începând din acest an să raportăm în mod integrat și transparent date legate de activitatea non-financiară, respectiv despre proiectele de sponsorizare care au adus o valoare adăugată în comunitate. Aceste date sunt raportate conform standardelor London Benchmarking Group¹, pe baza analizei realizate de către facilitatorul de țară, Asociația pentru Relații Comunitare.

În cele ce urmează veți găsi informații despre metodologia de colectare a datelor, despre criteriile de raportare și de analiză. Veți putea vedea de asemenea distribuția tematică și geografică a contribuțiilor ca și exemple de proiecte desfășurate în 2009.

Rezultatele raportate pentru anul 2009 arată că avem o contribuție semnificativă, de aproximativ 2% din profitul net pe 2009 și că am reușit prin proiectele noastre să susținem un număr de minim 99.580 de persoane asistate. În viitor ne dorim să extindem această activitate de raportare de la proiectele de sponsorizare către restul de activități non-financiare, astfel încât să cuprindem parametrii de raportare specificați de Global Reporting Initiative² pentru instituțiile financiare. De asemenea, ne dorim să continuăm aceste proiecte de sponsorizare și să creștem calitatea vieții în comunitățile în care suntem prezenți, pentru a crea un climat economic și social mai stabil și mai prosper.

Corina Vasile
Director Relații Publice



¹ LBG a fost dezvoltat în 1994 de un grup de directori ai unor companii implicate social din Marea Britanie. LBG România este parte a rețelei internaționale LBG International. Asociația pentru Relații Comunitare este singurul Facilitator de Țară al serviciului LBG în România. Detalii sunt disponibile pe siteurile: www.lbg-romania.ro sau www.arcromania.ro.

² GRI este o organizație de tip rețea care a pus bazele pentru dezvoltarea celui mai utilizat sistem de raportare sustenabilă. Pentru a asigura cel mai înalt nivel de calitate, credibilitate și relevanță, sistemul de raportare este agreeat pe bază de consens între reprezentanți la nivel global al mediului de afaceri, ai societății civile și asociațiilor profesionale. Pentru mai multe detalii, consultați www.globalreporting.org.

1. Metodologia de raportare

Modelul teoretic LBG ia în calcul patru principii ce acționează ca un filtru în selectarea datelor care se raportează:



1. Compania își asumă importanța motivațiilor ce stau la baza programelor comunitare și a rezultatelor raportului LBG, deoarece ele influențează și procesul de măsurare;
2. Contribuțiile măsurate sunt doar cele voluntare și nu sunt obligatorii prin lege;
3. Dacă firma nu e foarte sigură de valoarea unei contribuții, e mai bine ca aceasta să nu fie inclusă în datele raportate;
4. Valoarea contribuției să fie cuantificată la prețul de producție al companiei, nu la prețul de vânzare.

Punctul forte al acestui model teoretic este poziționarea neutră asupra celor trei tipuri de motivații – **caritabile**, **comerciale** și **strategice**, susținând atribuirea transparentă a proiectelor diferitelor obiective ale companiei și a motivațiilor care le-au generat.



Pe lângă acest criteriu, modelul LBG mai ia în calcul în evaluarea contribuțiilor tipul de resurse investite, cauzele susținute și ariile geografice deservite de companie prin inițiativele sale.

Metodologia utilizată în culegerea datelor

Raportul de analiză a datelor clientului se bazează exclusiv pe date furnizate de client. ARC a verificat împreună cu clientul corectitudinea modului de înregistrare a datelor. Această verificare nu are statut de auditare a datelor companiei, fiind bazată pe informațiile oferite de client fără a avea acces la datele sursă.

În cadrul serviciului LBG, ARC nu solicită o evaluare exhaustivă a proiectelor și programelor de implicare în comunitate a companiei, însă solicită acestora să menționeze foarte clar ce proiecte sunt evaluate și pe cât posibil, ce procent reprezintă acestea din activitatea totală a companiei. În baza acestei solicitări, raportul de analiză se referă exclusiv la proiectele și obiectivele menționate de client. Acestea sunt descrise pe larg în capitolul următor al raportului.

Datele analizate prin intermediul LBG sunt culese din:

1. Contractele de sponsorizare și parteneriat cu parteneri non profit (organizații neguvernamentale sau instituții publice sau autorități locale),
2. Rapoarte de activități și rapoarte financiare furnizate de partenerii comunitari, rapoarte de presă etc. Datele cuprind toate contractele ce fac referire la contribuții în bani, în produse, servicii (pro bono și/sau preț redus) și timp (voluntariat).
3. Site-ul www.raiffeisen.ro/presa (date din bilanțul anului 2009 privind numărul de angajați și profitul net al companiei).

Datele analizate în acest raport se referă la anul calendaristic 2009. În cazul în care sunt date care depășesc acest interval, sunt făcute referiri specifice privind perioada de timp surprinsă în analiză.

2. Raport



2. Raport

2.1. Valoarea investițiilor în comunitate

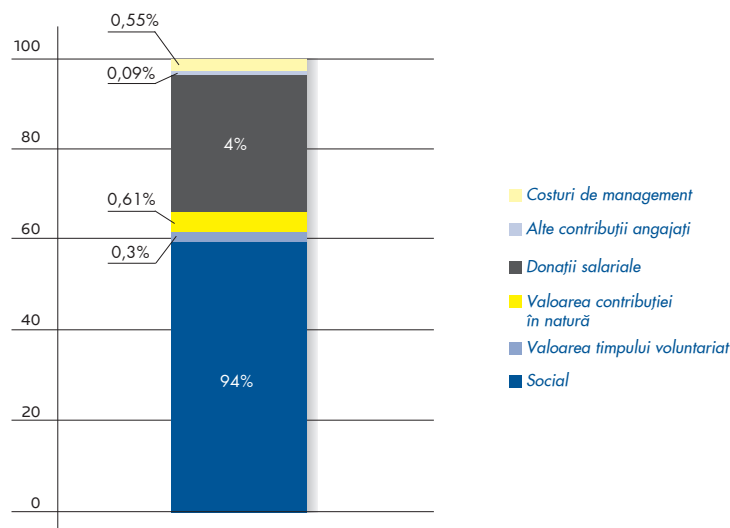
Valoarea investiției Raiffeisen Bank în programe comunitare

Valoarea totală a contribuțiilor investite în programe comunitare de Raiffeisen Bank pe perioada anului calendaristic 2009 este de 5.119.077,28 RON. Aceasta sumă cuprinde valoarea resurselor financiare proprii, contribuțiile în natură, timp, costurile de management și alte surse atrase (donajiile salariale). Tabelul de mai jos prezintă distribuția resurselor, în funcție de tip, în valoare absolută și procentuală.

Totalul contribuțiilor financiare în anul calendaristic 2009 (RON)

Contribuții financiare directe	4.815.449,25
Valoarea timpului voluntariat	15.741,62
Valoarea contribuțiilor în natură	31.475
Donajii salariale	223.098
Alte contribuții angajați	4.824
Costuri de management	28.483,41
Total	5.119.077,28

Grafic distribuția resurselor (%)



Contribuțiile financiare reprezintă sumele cheltuite în comunități prin contracte de sponsorizare. Din totalul contribuției în comunitate ele reprezintă 94%.

Timpul voluntariat reprezintă echivalentul monetar al numărului de ore voluntariate de angajații Raiffeisen Bank. Echivalentul în bani este calculat la un salariu mediu brut de 1.693 RON/lună. Din totalul contribuției în comunitate el reprezintă 0,3%.

Contribuțiile în natură reprezintă contribuția financiară prin găzduirea și costuri de mentenanță asigurate pro bono în sediul Raiffeisen Bank a asociației United Way (cost total pe anul calendaristic 2009). Din totalul contribuției în comunitate ele reprezintă 0,61%.

Costurile de management reprezintă cheltuielile Raiffeisen Bank cu: managementul și planificarea proiectelor de responsabilitate corporativă, costuri de consultanță sau participări la conferințe pe teme de responsabilitate corporativă. Din totalul contribuției în comunitate ele reprezintă 0,55%.

Donățiile salariale, contribuția angajaților către Asociația United Way, reprezintă 4% din totalul contribuției financiare, la care se adaugă alte contribuții financiare ale angajaților, de 0,09%.

2.2. Sectoare în care s-a investit

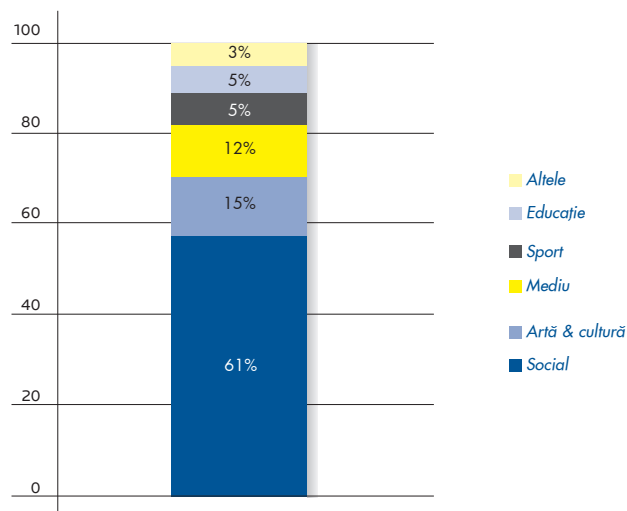
Raiffeisen Bank dezvoltă și susține proiecte de responsabilitate corporativă care sunt în acord cu principiile de Responsabilitate Corporativă ale băncii. Cultivăm parteneriate pe termen lung cu ONGuri sau alte organizații care ne împărtășesc valorile și care își tratează toți stake holder-ii cu respect și onestitate. Încurajăm lucrul în echipă și voluntariatul în rândul angajaților noștri. Susținem proiecte locale sau naționale în următoarele domenii: artă și cultură românească, educație, mediu, sport, cauze sociale.

Distribuția contribuțiilor pe domenii

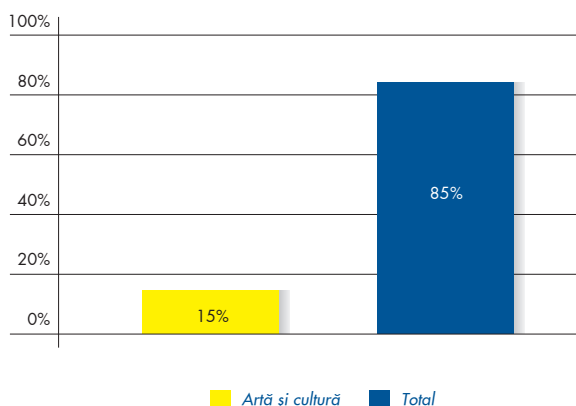
Totalul contribuțiilor financiare pe domeniu (fără costuri de management, RON)

Social	3.087.577,16
Artă & cultură	755.952
Mediu	605.922
Sport	265.855
Educație	247.858,71
Altele	127.450
Total	5.090.614,87

Grafic pe domenii (%)



Artă și cultură



Recunoaștem arta și cultura românească ca un domeniu de excelență și cu un potențial crescut de a crește calitatea vieții și a educației pentru poporul român. Dezvoltăm și susținem proiecte din toate tipurile de expresie culturală artistică, care credem că pot face o diferență pentru publicul român.



Raiffeisen Art Proiect

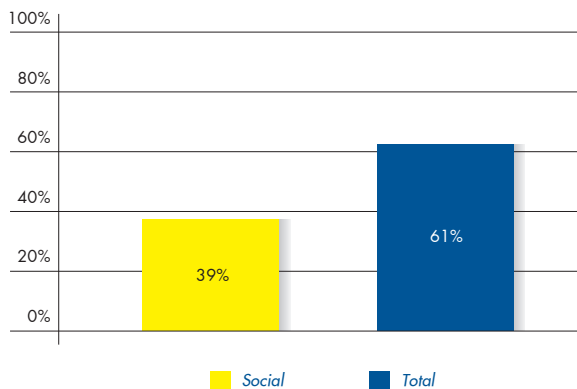
Raiffeisen Art Proiect este unul dintre cele mai vechi programe ale băncii, prima ediție având loc în 2004. De atunci proiectul a prezentat publicului național spectacolul „Vis”, susținut de Dan Puric (2004), „Istoria literaturii contemporane” de Alex Ștefănescu (2005), albumul monografie dedicat pictorului Dan Hatmanu (2005). În 2007 Raiffeisen Art Proiect a prezentat un proiect mixt de

poezie și jazz - „Inside Stories – Jazz Poems” - pe versuri de Vasile Voiculescu și Nina Cassian, în interpretarea Teodorei Enache și a lui Johnny Răducanu. În 2007 am prezentat publicului românesc spectacolul de dans modern OviBaDa, în coregrafia lui Gigi Căciuleanu, iar în 2008 am organizat expoziția itinerantă a pictorului Emil Ciocoiu.

În 2009 Raiffeisen Art Proiect a prezentat o serie de 3 piese scurte, în parteneriat cu Teatrul Act. Proiectul a promovat dramaturgia românească prin prezentarea unuia dintre cei mai tineri și mai talentați dramaturgi români, Mimi Brănescu. Cele trei piese - „Flori, filme, fete sau băieți”, în regia lui Vlad Masaci, „Dumnezeul de a doua zi”, în regia lui Claudiu Goga, „Acasă la tata”, în regia lui Alexandru Dabija - s-au jucat în stagiunea 2009-2010. Piesele au fost invitate la numeroase festivaluri românești de teatru, provocând reacții pozitive atât din partea publicului, cât și a criticilor de specialitate.



Social



Suntem conștienți de nevoia de a completa eforturile statului pentru a-i susține pe cei mai puțin privilegiați și pe cei cu dizabilități să ducă o viață mai bună.



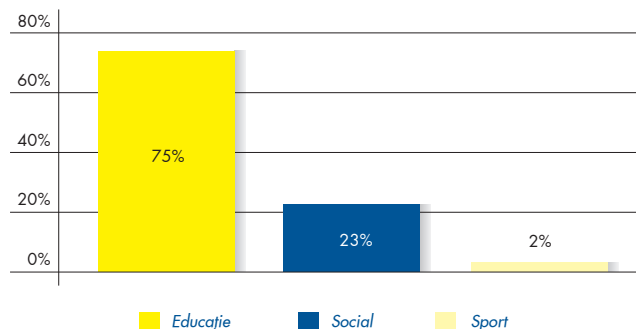
United Way Romania

Prin urmare am încheiat un parteneriat cu organizația internațională United Way pentru a strânge fonduri, selecta și monitoriza proiectele care vin în întâmpinarea acestor nevoi. În 2009, 65 de angajați au fost voluntari în selecția și monitorizarea proiectelor finanțate de United Way, însumând un total de 420 de ore de activitate. Aproximativ 1000 dintre angajații Raiffeisen Bank au contribuit cu donații salariale, sumă care a fost dublată de bancă. Prin suportul financiar acordat de bancă United Way a putut oferi sprijin pentru peste 5000 de persoane și 23 de ONGuri, în domeniile educație, sănătate, integrare socială și profesională.



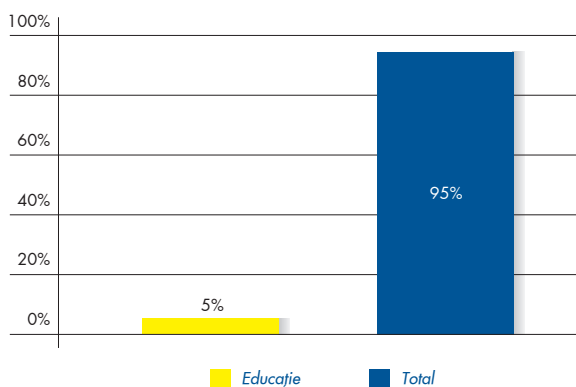
În 2009, am lansat proiectul Raiffeisen Comunități. Acest proiect reunește numeroase mici proiecte comunitare și are două componente esențiale: adresează proiecte de nivel local și îi implică direct pe colegii noștri din teritoriu prin voluntariat și colaborare cu organizațiile locale. În programul pilot realizat în 2009, am finanțat peste 100 de proiecte, cu o valoare totală de peste 2.000.000 RON. În aceste proiecte s-au implicat peste 100 de angajați, cu un număr de aproximativ 200 de ore de voluntariat, iar numărul estimat de beneficiari este de 25.000.

Distribuția investiție pe domenii



Graficul atașat prezintă distribuția resurselor financiare, în procente, pe categorii.

Educație



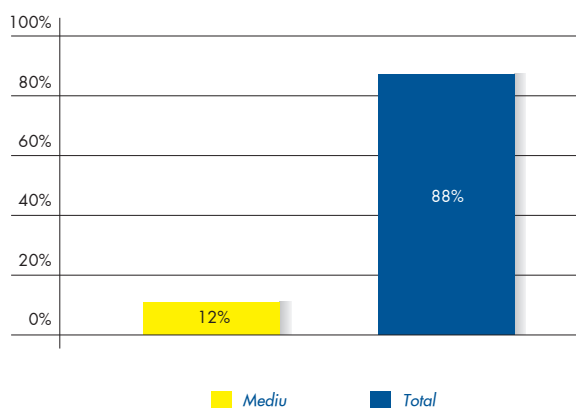
Credem că educația aduce cea mai mare valoare adăugată societății, ajutând oamenii să își atingă obiectivele profesionale și să ducă o viață mai bună. Încurajăm tinerii din comunitățile în care ne desfășurăm activitatea să dobândească aptitudinile și cunoștințele necesare dezvoltării lor în comunitate. Suntem activi în proiecte care ajută populația tânără să își extindă educația generală și pe cea financiară.



Principalul proiect derulat în 2009 a fost Business Plan Competition, organizat de Ministerul Educației, Cercetării, Tineretului și Sportului. Această competiție vine în sprijinul dezvoltării competențelor antreprenoriale ale elevilor, prin organizarea de firme de exercițiu. Raiffeisen Bank s-a implicat în acest proiect nu doar cu suport financiar, ci și prin voluntariat. Reprezentanții a 8 agenții Raiffeisen Bank din 6 regiuni de dezvoltare au participat în comisiile de evaluare a proiectelor dar și la sesiuni de instruire pentru elevi, contribuind la familiarizarea lor cu mediul bancar real. În anul școlar 2009/2010 au participat 190 de elevi din învățământul profesional și tehnic iar 16 elevi au ajuns în etapa națională a competiției.

Un alt proiect lansat în 2009, este manualul „Banii pe înțelesul copiilor”, însoțit de un caiet de exerciții. Manualul este destinat elevilor din clasele primare și dorește familiarizarea lor cu elemente de educație financiară cum sunt: banii, cardul, bancomatul etc.

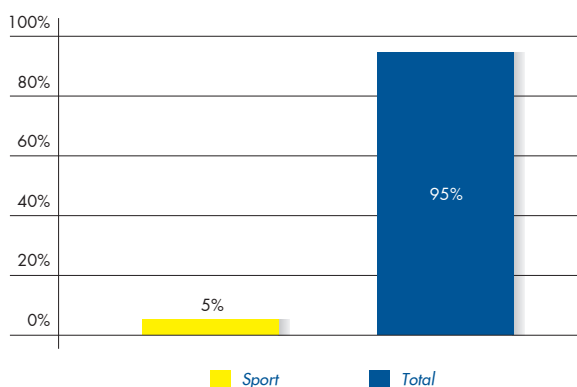
Mediu



Ca și companie suntem activi în 150 de localități din România, așadar atenția noastră se canalizează către protejarea mediului în aceste zone. Promovăm activ, atât în interiorul, cât și în afara organizației, o cultură de responsabilitate față de mediu. Principalele riscuri față de mediu cu care se confruntă compania noastră sunt consumul de combustibili și consumul de hârtie. Din acest motiv am inițiat două activități în anul 2009: reciclăm hârtia din sediile centrale, în

colaborare cu asociația MediaOrg, prin programul Copacul de Hârtie³ și promovăm mijloacele alternative de transport, respectiv bicicleta. În acest scop am instalat parcări de biciclete la 5 sedii din București, am achiziționat 15 biciclete pentru angajați, punând bazele unui parc de biciclete pilot și în parteneriat cu asociația Green Revolution am lansat „I love velo”, un program prin care am amplasat 3 centre de închiriere gratuită de biciclete în București, două în parcul Herăstrău și unul în parcul Tineretului, în total 400 de biciclete la dispoziția bucureștenilor.

Sport



Sportul este o componentă esențială pentru o viață sănătoasă. Unul dintre riscurile muncii de birou este sedentarismul. Din acest motiv susținem proiecte care promovează sportul de masă, pentru un stil de viață sănătos, accesibil tuturor.

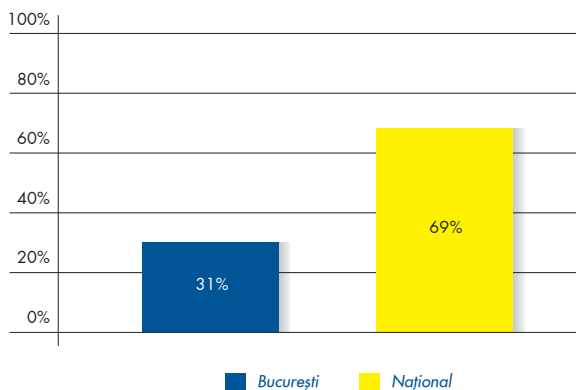
Astfel, în 2009 am fost partener principal la a doua ediție a Bucharest City Marathon. La această ediție au participat 4000 de persoane, dintre care 1000 au fost copii. Tot în 2009 am susținut competiția de baschet „3 la 3” - Sport Arena Street Ball, desfășurată pe

parcursul verii 2009, competiție la care au participat în total peste 4500 de persoane.

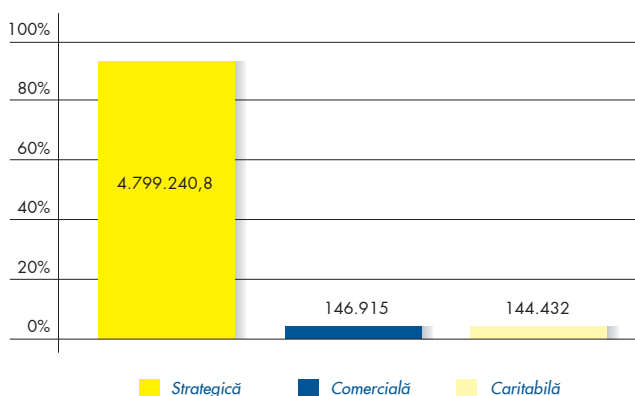


³ Asociația MediaOrg administrează programul de reciclare Copacul de hârtie. Detalii pe www.copaculdehartie.ro

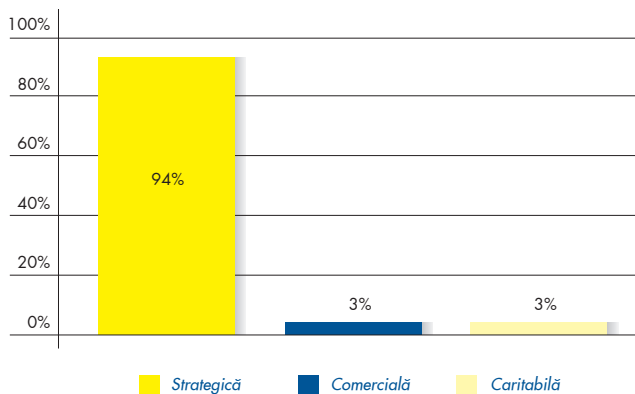
Distribuția geografică a investițiilor



Distribuția investițiilor (valori)



Distribuția investițiilor (%)



2.3. Distribuția geografică a investițiilor

Proiectele Raiffeisen Bank sunt prezente în mediul urban, acolo unde ne desfășurăm activitatea. 69% din valoarea proiectelor finanțate a fost investită la nivel național iar 31% din investiții au fost canalizate în București. Proiectul Raiffeisen Comunități se desfășoară preponderent la nivel național.

2.4. Caracterul investițiilor

Criteriile după care selectăm proiectele comunitare urmăresc un parteneriat pe termen mediu cu beneficiarul. Astfel ne putem asigura că investiția noastră este durabilă și că vom genera schimbarea necesară în acea comunitate. Din acest motiv 94% dintre proiectele noastre, conform standardelor LBG, sunt proiecte strategice. Suntem receptivi de asemenea la situațiile caritabile și la evenimente izolate, cum sunt calamitățile naturale și ne oferim întotdeauna suportul în astfel de situații (3%). Avem de asemenea și un volum de inițiative comerciale,

care susțin o cauză locală, dar în același timp promovează un produs al băncii care se asociază acelei cauze (3%).

Serviciul LBG clasifică motivațiile care stau la baza inițiativelor comunitare în trei categorii: caritabile, strategice, comerciale.

Proiectele caritabile - de regulă ad-hoc, fără a urmări în mod clar o schimbare în comunitate sau companie. Compania care oferă resurse în baza motivațiilor caritabile răspunde unor solicitări de la entități ca ONG-urile, instituții non-profit, grupuri informale etc., fără a urmări direcțiile sale strategice, răspunzând unei nevoi punctuale.

Investiții strategice - implicarea companiei pe termen lung în parteneriate comunitare, răspunzând unui număr limitat de nevoi comunitare, alese de companie în așa fel încât să susțină și eforturile sale de business (întărirea unei bune imagini, localizarea angajaților, reducerea unor riscuri în relația cu comunitatea etc.). Cauzele și abordarea investițiilor strategice se axează pe beneficii mutuale, pentru comunitate și companie.

Inițiative comerciale - activități comerciale asociate unei cauze comunitare cu rolul de a susține în mod direct succesul companiei, promovând identitatea unui brand sau pentru alte beneficii ce se reflectă imediat în evoluția economică a companiei. Beneficiile pentru companie au un rol fundamental în lansarea acestor inițiative.

3. Concluzii

În 2009 banca a contribuit în comunitate cu resurse a căror valoare reprezintă 2% din profitul net. Prin programele comunitare susținute de Raiffeisen Bank au fost asistate minim 99.580⁴ persoane.

Peste 105.869⁵ persoane au fost informate despre implicarea companiei în comunitate. Cea mai mare parte a acestor persoane au fost informate prin materiale vizuale generate în parteneriatele comunitare ale băncii, prin participarea la evenimente, prin site-urile partenerilor comunitari.

⁴ Acest număr de beneficiari a fost obținut din datele raportate de organizațiile partener. Cum însă nu toate instituțiile susținute de bancă au oferit rapoarte clare privind rezultatele obținute din aceste finanțări, putem estima că numărul real al persoanelor susținute din contribuțiile Raiffeisen Bank în programe comunitare este mai mare.

⁵ Acest număr de actori cu care s-a comunicat despre programele comunitare ale companiei a fost obținut din datele raportate de organizațiile partener. Cum însă doar o parte din partenerii băncii au oferit rapoartări privind numărul de persoane cu care s-a comunicat despre aceste programe, putem presupune că numărul real este mult mai mare. Cifrele luate în calcul la stabilirea acestei cifre au fost numărul minim de persoane expuse direct la un proiect.

4. Parteneri



4. Parteneri

Asociația Bucharest Running Club

www.bucharestcitymarathon.com



Centrul național pentru dezvoltarea învățământului profesional și tehnic

www.edu.ro



Asociația Clubul Sportiv Sport Promotion

www.3la3.ro

Asociația Ethos

www.olimpiadelecomunicarii.ro

Forumul Donatorilor

www.forumdonatorilor.ro



Asociația Green Revolution

www.greenrevolution.ro



Fundația Hospice Casa Speranței

www.hospice.ro



Institutul pentru dezvoltare durabilă

www.ipdd.ro

Fundația Light into Europe

www.lightintoeurope.org



Fundația Ovidiu Rom

www.ovid.ro



Muzeul Național de Artă al României

www.mnar.ro



Fundația Renașterea



Asociația Salvați Copiii

www.salvaticopiii.ro



Asociația Second Chance

www.secondchanceromania.org



Asociația SONORO

www.sonoro.ro



Teatrul D'aya

www.daya.ro



Asociația UNICEF

www.unicef.org



Fundația United Way

www.unitedway.ro

