

Raport anual de responsabilitate corporativă 2010



Cuprins

1. Cuvânt înainte	3
2. Realizarile anului 2010	4
3. Cine suntem	7
3.1. Profilul organizației	8
3.2. Guvernanță corporativă	10
4. Acționăm responsabil	11
4.1. Global Reporting Initiative - evaluarea transparenței și sustenabilității	12
4.2. Organizația noastră în cifre	12
4.3. Activitatea noastră financiară	14
4.4. London Benchmarking Group - evaluarea impactului în comunitate	15
4.5. Impact în comunitate	18
5. Concluzii	33
Anexe:	
Anexa 1 - Index GRI	34
Anexa 2 - Parteneri	43
Anexa 3 - Informații despre facilitatorul de țară LBG	44
Anexa 4 - Contacte	45

Cuvânt înainte

Scopul dezvoltării sustenabile este acela de a încuraja prin activitatea curentă șansele generațiilor următoare de a-și atinge propriile obiective. Mai mult, creșterea sustenabilă a unei organizații ar trebui să creeze oportunități diverse pentru cei ce vor urma. Pentru că suntem prezenți pe tot cuprinsul țării, deservind aproape două milioane de clienți persoane fizice și aproximativ 100.000 de IMM-uri, reprezentăm una dintre forțele cheie din comunitate. În toate activitățile pe care le desfășurăm suntem conștienți de acest rol și acționăm cu responsabilitate față de toți cei pe care acțiunile noastre îi afectează.

Pentru anul 2011 prioritatea noastră strategică din punct de vedere al responsabilității corporative este adoptarea unei politici de mediu, a unei politici sociale și a unei politici de voluntariat. Tot în cursul acestui an ne propunem să îmbunătățim mecanismele interne pentru monitorizarea și raportarea datelor conform standardului GRI¹.

Acest raport² este destinat tuturor celor care doresc să își formeze o părere cu privire la sustenabilitatea activității noastre, fie ei acționari, clienți, presă sau comunitatea în sens larg. De asemenea raportul se adresează tuturor angajaților organizației. Acesta arată în ce fel ne achităm de responsabilitățile noastre ca organizație dar și care sunt valorile noastre și în ce fel le susținem. Raportul de Responsabilitate Corporativă pentru anul 2010 este pe de o parte un instrument prin care ne dorim să arătăm în ce fel ne exercităm rolul în dezvoltarea sustenabilă a comunității, pe de altă parte este un instrument pentru evaluarea comportamentului nostru ca organizație, a gradului de transparență față de sustenabilitatea activităților noastre, care afectează diferite grupuri de interes.

Evaluarea nivelului de transparență a organizației și a gradului său de implicare în comunitate este realizată conform standardelor de raportare London Benchmarking Group, așa cum s-a întâmplat și anul trecut. Ceea ce aduce nou ediția din acest an este raportarea conform standardelor Global Reporting Initiative. Această primă evaluare conform standardelor GRI nu își propune să prezinte performanțele organizației în domeniul sustenabilității și transparenței, ci reprezintă un punct de reper pentru evaluarea acțiunilor viitoare. Pornind de la această evaluare organizația își va dezvolta strategia pentru o dezvoltare sustenabilă și pentru creșterea gradului de transparență.

Cele două modele de raportare au rol complementar, acoperind aspecte diferite ale vieții organizaționale. În timp ce modelul LBG își concentrează atenția asupra rezultatelor proiectelor comunitare, asupra beneficiarilor dar și asupra nivelurilor de schimbare provocate în rândul acestora, principala caracteristică a modelului de raportare GRI este aceea de a evalua nivelul de transparență în domeniul guvernancei corporative, al comportamentului economic și social al companiilor.

Raportul cuprinde de asemenea principalele realizări ale anului 2010, atât din punct de vedere al investițiilor în comunitate, cât și din punct de vedere al performanțelor de afaceri. De asemenea veți găsi analiza activității de responsabilitate corporativă conform celor două standarde de raportare, detalii despre proiectele cele mai importante, concluzii și obiective pentru viitor.



Corina Vasile

Direcția Comunicare și Relații Publice

¹⁾ În Capitolul 4 se găsesc detalii despre metodologia acestui standard de raportare.

²⁾ Informațiile prezentate în raport se referă la Raiffeisen Bank, cifre neconsolidate (fără a lua în calcul subsidiarele), iar informațiile financiare sunt conform standardelor IFRS.

Realizările anului 2010



Realizările anului 2010

Ianuarie

- Lansarea broșurii „Când cheltuielile devin economii – curs practic”, a treia din cadrul programului „ABCdar Bancar” – ghid al termenilor, produselor și serviciilor bancare, pe înțelesul tuturor, cu aplicații practice în viața de zi cu zi.

Februarie

- Raiffeisen Bank asigură serviciul de acceptare la plată a cardurilor pentru noile automate de bilete ale CFR Călători.
- Lansarea contului de economii în lei Super Acces Plus, fără comision de administrare în primul an, ajutând astfel clienții să pună în aplicare conceptele de economisire prezentate în ABCdar-ul Bancar.

Martie

- Raiffeisen Bank încurajează economisirea pentru copii prin intermediul unei promoții pentru depozitul „Planul de Economii pentru Copii - Creștem Împreună”.
- Raiffeisen Bank lansează o platformă online pentru studenți (www.StudentBank.ro) și un produs dedicat (Studentocard).
- Gala Premiilor e-Finance - premiul e-Support, pentru primul software de prevenire a spălării banilor, implementat pentru tranzacțiile de mare valoare.
- Gala No Cash a acordat Raiffeisen Bank Premiul „Pionierat în industria cardurilor”, pentru primul card de credit multifuncțional cu cip de pe piața bancară românească.

Aprilie

- Lansarea primei faze a programului „**Biciclete cu cravată**”, Raiffeisen Bank punând gratuit la dispoziția angajaților din București un număr de 35 de biciclete, stimulând astfel folosirea mijloacelor alternative de transport.
- Gala Premiilor Online Banking premiază Raiffeisen Bank pentru cea mai rapidă creștere a numărului de clienți ai serviciilor de internet banking pe o platformă matură.
- Contact Center Awards 2010 premiază membrii echipei noastre pentru Best Telesales Agent, Best Call Center Agent și Best Call Center Manager.

Mai

- Raiffeisen Bank și Asociația Green Revolution lansează proiectul „**I Love Velo**”, cel mai mare proiect de bike-sharing gratuit din România.

Iunie

- Raiffeisen Bank este desemnată de Raiffeisen International „Cea mai bună bancă din Grupul Raiffeisen în domeniul riscului în 2009”, fiind o recunoaștere a eforturilor întregii echipe de risc a Băncii și a rezultatelor sale remarcabile.

Iulie

- Raiffeisen Bank, în colaborare cu Fundația Principesa Margareta a României, lansează proiectul „**O meserie, o șansă la un viitor**”, proiect național de educație și integrare pe piața forței de muncă a tinerilor din centrele de plasament.

August

- Lansarea broșurii „Cardul de cumpărături – curs practic” din cadrul programului de informare publică „ABCdar Bancar”.

Septembrie

- Publicarea primului raport anual pentru activitatea de responsabilitate corporativă a Raiffeisen Bank, realizat pentru anul 2009, conform standardelor London Benchmarking Group.
- **I Love Velo** - este votat proiectul lunii septembrie pe www.responsabilitatesocială.ro
- Raiffeisen Bank și Asociația MaiMultVerde lansează un proiect de **înzverire urbană**, prin amenajarea unor spații verzi și de joacă în: Ploiești, Alexandria, Călărași, Galați și Focșani.

Octombrie

- Raiffeisen Bank împreună cu alte 8 bănci și 8 case de avocatură formează un Grup de Lucru pentru reformarea pieței de capital românești.
- Pentru optimizarea structurii de Grup, principalele arii de afaceri ale Raiffeisen Zentralbank Österreich AG (RZB) fuzionează cu Raiffeisen International Bank-Holding AG (RI), rezultând **Raiffeisen Bank International (RBI)**, a cărei subsidiară este Raiffeisen Bank România.
- Proiectul de responsabilitate corporativă „**I Love Velo**”, susținut de Raiffeisen Bank, primește premiul „Silver Award” la Gala PR Awards.

Noiembrie

- Raiffeisen Bank este Sponsor General al Festivalului Internațional de muzică de cameră **SoNoRo**, aflat la a cincea ediție, care are loc în București, Cluj-Napoca și Iași.
- **Gala Premiilor Pentru un Mediu Mai Curat**, organizată de Ecotic, acordă mențiune proiectului Căsuța de Hârtie, proiect susținut de Raiffeisen Bank.
- Segmentul corporatist al Raiffeisen Bank este recompensat pentru activitatea din timpul anului cu: „Premiul de Excelență” pentru cea mai eficientă activitate corporatistă din sistemul financiar-bancar (oferit de **Business Press**) și premiul „Banca corporate a anului 2010” pentru promptitudine și profesionalism în satisfacerea nevoilor clienților corporatiști (oferit de **Business Arena Magazin**).

Decembrie

- **I Love Velo** nominalizat la gala internațională Green Awards, secțiunea 3rd parties, alături de proiecte din Marea Britanie și Statele Unite ale Americii.
- Debizz Business Excellence Awards 2010 a declarat Raiffeisen Bank „The most innovative company of the year” pentru proiectul de informare publică **ABCdar Bancar**.
- Raiffeisen Bank este desemnată de **Piața Financiară** drept „**Banca Anului**” pentru calitatea excelentă și dezvoltarea echilibrată a activelor Băncii, dar și pentru faptul că reușește să se mențină drept un pol de stabilitate într-o perioadă plină de turbulențe și într-un context economic neprielnic, dovedind soliditate și siguranță chiar și atunci când economia este dominată de incertitudini.
- Raiffeisen Bank încheie anul cu o rețea de 540 unități bancare și un portofoliu de aproximativ 2 milioane clienți persoane fizice, aproape 100.000 de IMM-uri și peste 6.800 corporații mari și medii.

Cine suntem?



3. Cine suntem

3.1. Profilul organizației

Raiffeisen Bank este o bancă universală de top pe piața românească, oferind o gamă completă de produse și servicii de calitate superioară persoanelor fizice, IMM-urilor și corporațiilor mari, prin multiple canale de distribuție: unități bancare (peste 500 în toată țara), rețele de ATM și EPOS, phone-banking (Raiffeisen Direct), mobile banking (myBanking) și internet banking (Raiffeisen Online).

Raiffeisen Bank România a rezultat prin fuziunea, încheiată în iunie 2002, a celor două entități deținute de Grupul Raiffeisen în România: Raiffeisenbank (România), înființată în 1998 ca subsidiară a Grupului RZB, și Banca Agricolă Raiffeisen S.A., înființată în 2001, după preluarea băncii de stat Banca Agricolă de către grupul austriac.

Raiffeisen Bank deservește aproape 2 milioane de clienți, din care aprox. 100.000 IMM-uri. Banca deține diferite unități specializate ca "agenții de retail" care se adresează persoanelor fizice și IMM-urilor. Friedrich Wilhelm Raiffeisen, marca pentru serviciile de private banking destinată clienților bancari de top, oferă pachete de produse pentru o gamă largă de investiții, în spații dedicate în marile orașe ale țării, adăugând o notă personală serviciilor de calitate pe care le oferă, fiecare client având bancherul său personal.

Pe segmentul corporatist, Raiffeisen Bank deservește peste 6.800 companii cu o cifră anuală de afaceri ce depășește 5 milioane EUR, entități publice și instituții financiare. De asemenea, banca are reprezentanți în 8 centre regionale corporatiste, oferind clienților marele avantaj de a beneficia de soluții bancare adaptate cerințelor acestora în orice zonă a țării.

De asemenea, Raiffeisen Bank este un jucător important pe piața cardurilor – a lansat primul card de credit co-branded și oferă clienților săi toată gama de carduri: de debit și de credit, pentru persoane fizice și juridice, în lei sau în valută, cu utilizare națională sau internațională, de tip Visa sau Mastercard.

Conducerea Raiffeisen Bank

Componenta Consiliului de Supraveghere la 31 martie 2011:

Herbert Stepic – Președinte al Consiliului de Supraveghere

Heinz Wiedner – Membru

Martin Grüll – Membru

Aris Bogdaneris – Membru

Peter Lennkh – Membru

Ileana-Anca Ioan - Membru independent

Componenta Directoratului: la 31 martie 2011:

Steven van Groningen – Președinte

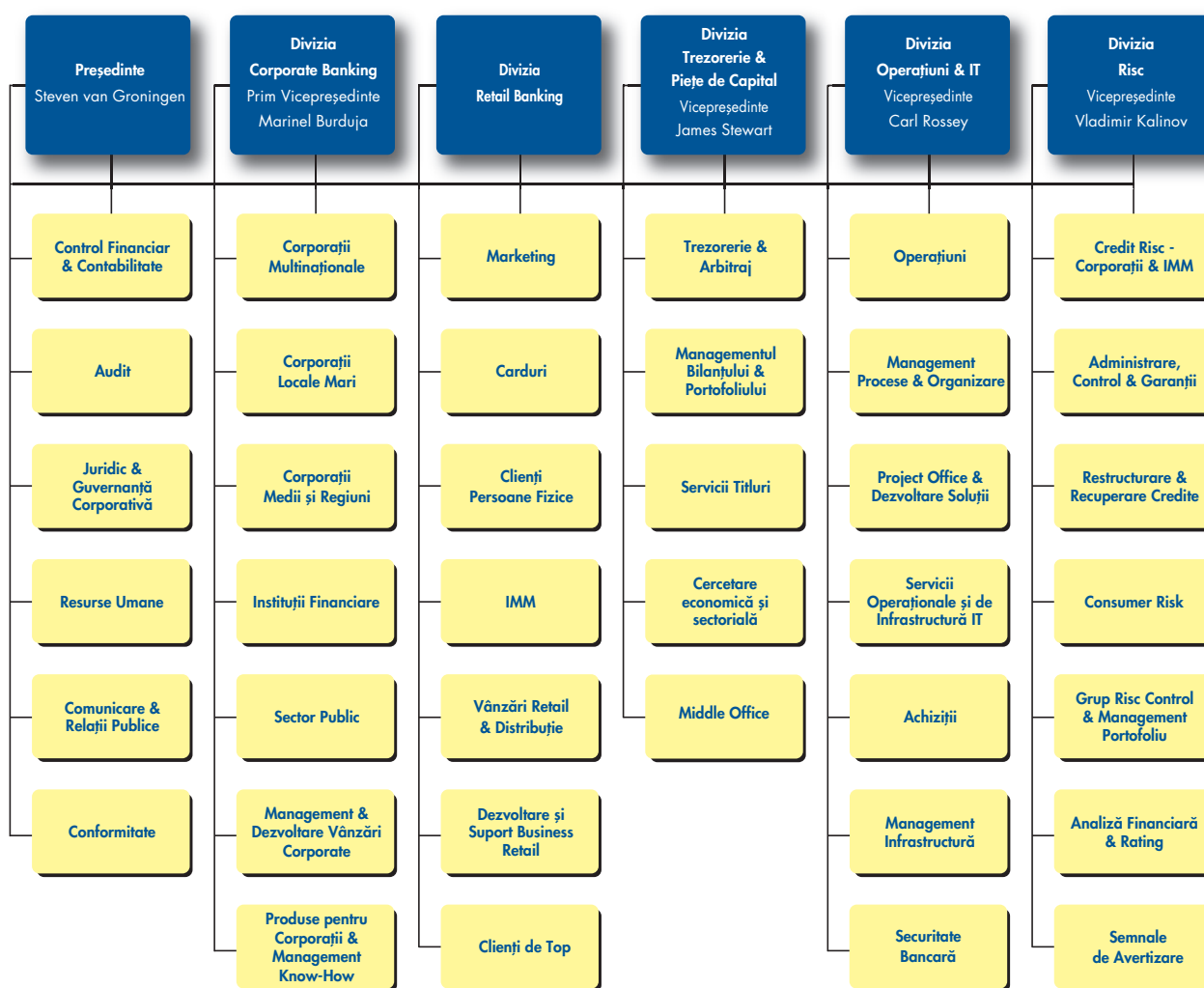
Marinel Burduja – Prim-Vicepreședinte, Divizia Corporate Banking

James D. Stewart, Jr. – Vicepreședinte, Divizia Trezorerie și Piețe de Capital

Vladimir Kalinov – Vicepreședinte, Divizia Risk

Carl Rossey – Vicepreședinte, Divizia Operațiuni și IT

Structura Raiffeisen Bank la 31 martie 2011*



Subsidiarele Raiffeisen Bank

- Raiffeisen Asset Management România
- Raiffeisen Banca pentru Locuințe
- Raiffeisen Capital & Investment
- Raiffeisen Leasing

* La această dată, Vladimir Kalinov conduce Divizia Retail Banking, în calitate de Vicepreședinte, iar Mircea Busuioceanu ocupă funcția de Chief Risk Officer al Raiffeisen Bank. Cele două numiri sunt în curs de aprobare de către Banca Națională a României.

3.2. Guvernanță corporativă

Considerăm bunele practici la fel de importante ca orice lege, pentru că felul în care ne comportăm față de grupurile cointeresate de activitatea noastră și felul în care ne ridicăm la nivelul impus de valorile companiei este cel care determină felul în care suntem percepuți în piață, iar acestea la rândul lor determină reputația, credibilitatea și loialitatea față de marca noastră. Evidențierea faptului că respectăm toate aceste reguli este un element cheie în arhitectura de guvernanță corporativă; reprezintă un pilon important în susținerea și menținerea încrederii tuturor celor care sunt interesați de activitatea organizației noastre și ne susține reputația. Conformitatea nu a reprezentat niciodată o problemă pentru organizația noastră. Nu este nevoie de o decizie pentru a respecta legea și reglementările unei țări sau ale unei piețe, ci este o condiție obligatorie. O persoană sau o organizație responsabilă merg chiar mai departe și nu se întreabă doar dacă ceva este legal, ci și dacă este etic. Avem de mai mulți ani un [Cod de Conduită](#) ce abordează corespunzător conformitatea și etica. În ultimii ani a devenit și mai important nu doar să fii conform, ci și să poți demonstra acest lucru și să îl arăți lumii întregi.

Conformitatea este parte integrantă din organizația noastră. Conformitatea din punct de vedere legal este responsabilitatea Direcției Juridic și Guvernanță Corporativă, în timp ce conformitatea operațională este inclusă în toate procesele noastre și monitorizată de Departamentul Risc Operațional. Prevenirea spălării banilor și procedurile de cunoaștere a clientelei sunt implementate și monitorizate de Direcția de Conformitate. (Anterior, aceste activități erau îndeplinite de Direcția Securitate Bancară.) Direcția este de asemenea responsabilă de măsurile anticorupție și antifraudă. Codul nostru de Conduită este responsabilitatea Direcției Resurse Umane. De altfel, este responsabilitatea tuturor celor din organizație să se asigure că Raiffeisen Bank este conformă din toate punctele de vedere și că aderă la înalte standarde de etică. Acesta este un mesaj repetat periodic de managementul nostru superior.

În 2009 am hotărât, aliniindu-ne politicii Grupului Raiffeisen și practicilor internaționale, să creăm o funcție dedicată de conformitate. Responsabilul cu Conformitatea răspunde de coordonarea tuturor activităților specifice din Bancă și subsidiarele noastre și raportează direct președintelui. O a doua linie de raportare există față de funcția de conformitate de la nivelul Grupului RBI. Suntem mândri că putem câștiga bani într-un mod sustenabil și etic, într-un mediu care nu este recunoscut pentru standardele înalte în domeniu.

Tablelul de mai jos sumarizează rezultatele organizației în termeni de conformitate, așa cum sunt aceștia specificați de standardul GRI.

Indice	Nr./%
Procentul și numărul total al agențiilor investigate pentru riscuri legate de corupție.	0
Procentul angajaților instruiți cu privire la politicile și procedurile de anticorupție ale băncii.	79%
Acțiuni întreprinse ca urmare a incidentelor de corupție.	0 ¹⁾
Valoarea totală a contribuțiilor în bani sau bunuri către partide politice, politicieni sau instituții afiliate acestora.	0

¹⁾ Nu s-au întreprins acțiuni, întrucât nu s-au înregistrat cazuri de corupție în 2010.

Acțiunăm responsabil



4. Acționăm responsabil

4.1. Global Reporting Initiative - evaluarea transparenței și sustenabilității

Sistemul de raportare Global Reporting Initiative ¹⁾ este menit să folosească drept un cadru standardizat de raportare privind performanța economică, de mediu și socială a unei organizații. Modelul este constituit astfel încât să poată fi utilizat de organizații de orice mărime, din orice sector și din orice spațiu geografic. Modelul ia în calcul rațiunile practice cu care se confruntă o varietate de organizații - de la întreprinderi mici până la cele cu o rețea extinsă de puncte de lucru. Modelul de raportare GRI conține specificații generale dar și particulare, în funcție de sectorul de activitate. Acest conținut a fost agreat de un număr mare de grupuri cointeresate din întreaga lume, astfel încât să fie general aplicabil în raportarea performanțelor de sustenabilitate ale unei organizații.

Ghidurile pentru raportare sustenabilă puse la dispoziție de GRI sunt alcătuite din principiile de definire a conținutului raportului și de avizare a calității informației raportate. Ghidurile includ de asemenea câmpurile standard asupra cărora se raportează, alcătuite din indicatorii de performanță și alți parametri, precum și consultanță pentru aspecte tehnice legate de anumite teme de raportare. Ghidurile de raportare au suplimente dedicate diferitelor sectoare de activitate. În alcătuirea acestui raport a fost utilizat ghidul Financial Sector Services Supplement, împreună cu ghidul de evaluare aferent nivelului C. Anexa 1 reprezintă indexul parametrilor raportați conform standardelor GRI pentru sectorul financiar, pentru nivelul autodeclarat C, fără aviz extern. Informațiile din acest raport își propun să ofere un ordin de mărime privin nivelul actual de transparență al organizației, așa cum este aceasta evaluată de modelul GRI.

4.2. Oamenii noștri

Avem succes pentru că investim în managementul performanței și în bunăstarea angajaților noștri. Raiffeisen Bank oferă angajaților săi un pachet diversificat de compensații și beneficii. Acest pachet include abonament medical la un centru medical privat, asigurare colectivă de accidente și îmbolnăviri, cotizație din partea băncii pentru pensie privată la un fond de investiții, accesul la produse și servicii financiare în condiții preferențiale (numai pentru angajații cu normă întreagă), între 23 și 27 de zile de concediu (față de cele 21 prevăzute prin lege), primă pentru nașterea primului copil, primă și zile de concediu pentru căsătorie, ajutor financiar pentru rudele de gradul I ale angajatului în caz de deces al acestuia, telefon de serviciu, mașină de serviciu pentru funcțiile manageriale și sistem de recompensare anuală în urma evaluării performanțelor. Negocierile purtate de sindicatul angajaților Raiffeisen Bank cu reprezentanții băncii se reflectă asupra tuturor angajaților, chiar dacă ei nu sunt membri de sindicat. De asemenea, organizația pune la dispoziția angajaților o serie de oferte speciale în magazine sau la diferite companii. Pe lângă beneficiile financiare, angajații noștri au acces la cursuri de instruire, la consultanță pentru managementul carierei dar, mai ales, au acces la experiența și cunoștințele acumulate de organizație de-a lungul a zeci de ani de activitate financiar bancară, la nivelul întregului grup. În anul 2010 personalul de execuție a înregistrat un număr mediu de 167.438,17 ore de instruire iar personalul de management a înregistrat un număr de 46.264,66 ore de instruire. Anual toți angajații sunt evaluați din punct de vedere al performanței și al dezvoltării carierei.

¹⁾ <http://www.globalreporting.org/Home>

Tabelele de mai jos prezintă componența organizației noastre pe categorii de vârstă și gen.

Vârstă	Procent
<30	39%
30-50	51%
>50	10%
Gen	Procent
Femei	75%
Bărbați	25%

În funcție de structura ierarhică în care se află angajații, împărțirea pe gen se regăsește în tabelul de mai jos. Boardul companiei este compus exclusiv din bărbați, în timp ce la nivel de personal de execuție majoritatea angajaților sunt femei.

Funcție	Nr	Bărbați	Femei
Board	6	6	0
Top management	108	49	59
Middle management	1.084	369	715
Personal de execuție	5.526	1.235	4.290

Tabelul de mai jos arată raportul dintre salariul mediu al femeilor și salariul mediu al bărbaților. Astfel, în funcție de tipul de funcție pe care o ocupă, femeile câștigă între 76% și 95% din salariul bărbaților de la același nivel ierarhic.

Funcție	Raportul salariului mediu al bărbaților față de al femeilor
Personal de execuție	76%
Middle Management	86%
Top Management	95%

Dintre persoanele angajate în organizație în 2010, 95% provin din comunitățile locale. Cel mai tânăr angajat al companiei are 20 de ani. Din acest punct de vedere organizația nu se confruntă cu riscuri de muncă forțată sau exploatarea minorilor, respectând codul muncii aflat în vigoare, conform căruia o persoană dobândește capacitate de muncă la împlinirea vârstei de 16 ani. Pe lângă respectarea legislației în vigoare privind drepturile omului, Raiffeisen Bank își instruește angajații asupra acestor aspecte, în 2010 înregistrând un număr de 3.839,5 de ore training pe această temă.

Pentru angajații care decid să părăsească organizația preavizul este cel specificat de codul muncii, de 20 de zile. Pentru cazurile de concedieri, organizația oferă un preaviz de 20 de zile lucrătoare, posibilitatea de relocare în cadrul organizației pe posturile vacante existente, în funcție de pregătire și salarii compensatorii în funcție de vechimea în companie, conform contractului colectiv de muncă. Tabelul de mai jos prezintă fluctuația de personal pe criterii de vârstă și gen, pentru anul 2010.

Vârstă	Fluxul de personal în %
Vârstă < 30	13,16%
Vârstă între 30 - 50	6,34%
Vârstă > 50	15,49%
Femei	9,24%
Bărbați	11,55%

Ca și angajator, Raiffeisen Bank își remunerează angajații din București cu cel puțin 67% în plus față de salariul minim pe economie, iar angajații din țară cu cel puțin 57% în plus față de salariul minim pe economie.

4.3. Organizația noastră în cifre

Principalii indicatori financiari Situații financiare consolidate conform IFRS/IAS

	2010*	2009*	Modificare procentuală
	EUR '000	EUR '000	
Contul de profit și pierdere			
Venit net din dobânzi	218.665	196.793	11%
Venit net din comisioane	164.392	173.182	-5%
Profit din tranzacționare	35.129	74.705	-53%
Cheltuieli administrative	-288.947	-290.504	-1%
Profit/ (pierdere) înainte de impozitare	106.510	79.257	34%
Profit/(pierdere) după impozitare, dar înainte de câștigul net din vânzarea activității întrerupte	91.189	68.467	33%
Profitul net al exercițiului financiar	91.189	68.467	33%
Acțiuni ordinare	11.962.586.385	11.962.586.385	0%
Câștiguri pe acțiune (în EUR/acțiune)	0,0076	0,0057	34%
Indicatori de performanță			
Rentabilitatea capitalurilor proprii (ROE) înainte de impozitare	19,61%	15,02%	31%
Rentabilitatea capitalurilor proprii (ROE) după impozitare	16,79%	12,97%	29%
Rata cost/venituri	65,27%	61,91%	5%
Rentabilitatea activelor (ROA) înainte de impozitare	2,13%	1,64%	30%
Rata risc/câștig	23,06%	51,74%	-55%
Resurse			
Număr angajați	6.880	6.903	
Unități bancare	540	559	

*Conversie informativă, neauditată

4.4. London Benchmarking Group - evaluarea impactului în comunitate

Modelul teoretic LBG² 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 rezultatele modelului LBG, deoarece ele influențează și procesul de măsurare.
2. Contribuțiile măsurate sunt doar cele realizate din dorința de a crea schimbare în comunitate și nu intră sub incidență legislativă.
3. Dacă organizația nu e foarte sigură de valoarea unei contribuții, e mai bine ca aceasta să nu fie inclusă în datele raportate.
4. Valoarea contribuției în natură se cuantifică 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.

A doua componentă a modelului teoretic LBG ia în calcul rezultatele și impactul realizate în urma investiției companiei în acest tip de programe, pe care le împarte în beneficii pentru comunitate și beneficii pentru companie. Începând cu anul 2010, grupul internațional a dezvoltat semnificativ această parte de raportare, pentru a asigura o culegere mai ușoară dar și mai coerentă a rezultatelor.

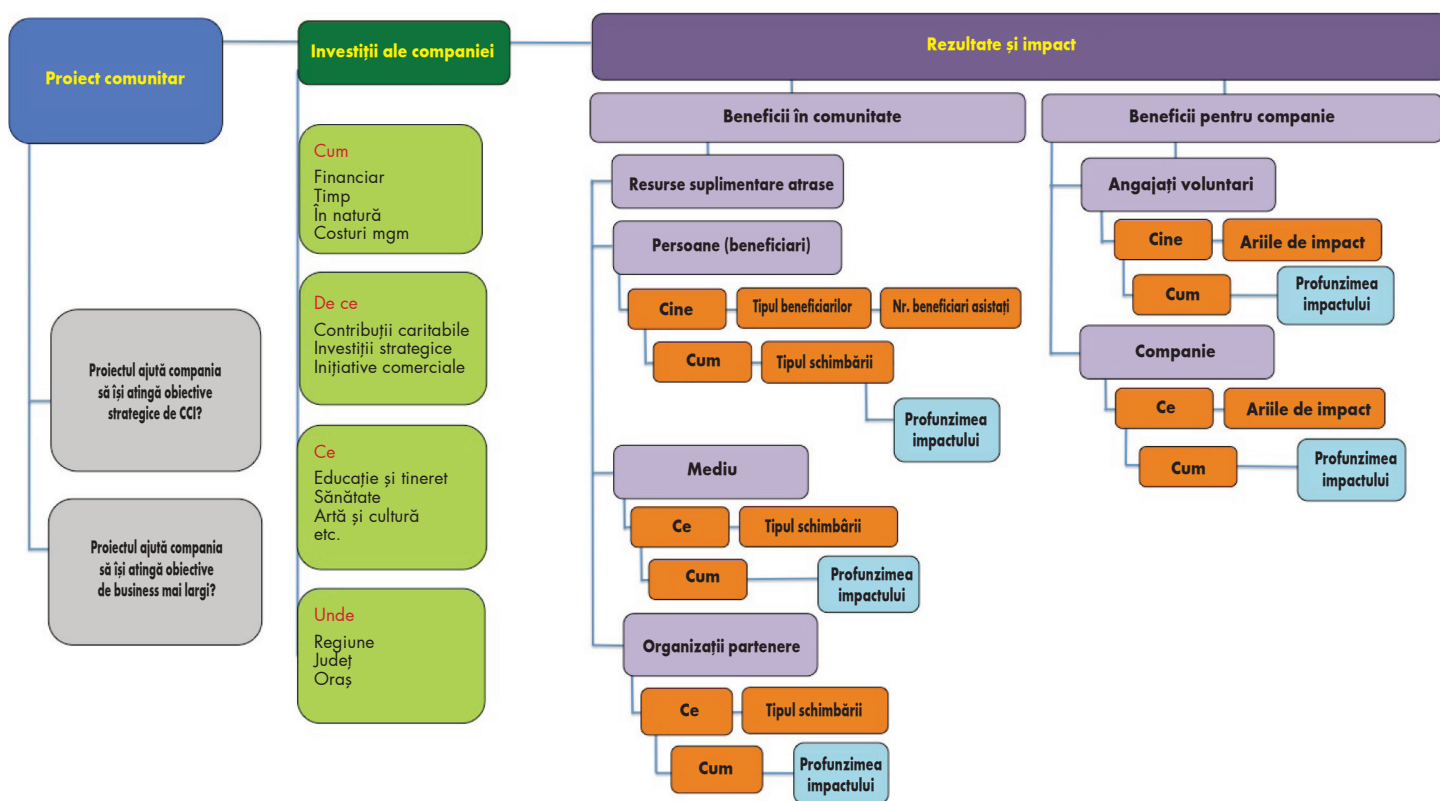
Conform noii metodologii de raportare a rezultatelor, principalele zone în care sunt monitorizate schimbări datorate proiectelor comunitare sunt: beneficiari finali și comunitate, organizația parteneră, mediu și companie. În plus, schimbările generate în aceste arii sunt evaluate și în funcție de profunzimea schimbării, pentru a putea estima durabilitatea intervențiilor.

Schema de mai jos prezintă modul de structurare a datelor evaluate pentru un proiect comunitar, în funcție de resursele investite și rezultate.



²⁾ Anexa 3 prezintă informații despre facilitatorul de jară pentru modelul London Benchmarking Group - Asociația pentru Relații Comunitare.

Pentru proiectele din anul 2010, grupul LBG din România a început să raporteze activitatea comunitară folosind această metodologie îmbunătățită. Datorită faptului că instrumentele de colectare a datelor privind rezultatele comunitare au fost distribuite partenerilor în timpul sau după finalizarea proiectelor, iar aceștia nu au fost conștienți pe timpul derulării proiectelor de datele care trebuie monitorizate, o parte din rezultatele raportate sunt încă estimări. De asemenea, mulți parteneri comunitari nu au reușit să ofere date în concordanță cu profunzimea de detaliu pe care noile instrumente o permit. Ne așteptăm însă ca în anii următori datele culese prin noua metodologie de lucru să ofere o imagine cât mai aproape de realitatea din comunitățile susținute de membrii grupului LBG România.



Metodologia utilizată în culegerea datelor

Raportul de analiză a datelor se bazează exclusiv pe date furnizate de membrii grupului LBG România. ARC a verificat împreună cu fiecare membru corectitudinea modului de înregistrare a datelor. Această verificare nu are statut de auditare a datelor, fiind bazată pe informațiile oferite de membri, fără ca ARC să aibă acces la toate datele sursă.

În cadrul serviciului LBG, ARC nu solicită o evaluare exhaustivă a proiectelor și programelor de implicare în comunitate a companiilor, însă solicită acestora să menționeze foarte clar ce proiecte sunt evaluate și pe cât posibil, ce procent reprezintă acestea din activitatea totală a companiilor. În baza acestei solicitări, raportul de analiză se referă exclusiv la proiectele și obiectivele menționate de fiecare membru în parte.

Datele analizate prin intermediul LBG sunt culese din:

1. Formularul de colectare a datelor pus la dispoziție de facilitatorul de țară al grupului LBG România (ARC) fiecărei companii membre. Acest formular de colectare corespunde modelului internațional de colectare și analiză a datelor. Pentru o bună completare a acestui instrument, ARC a pus la dispoziția fiecărui membru un ghid de colectare a datelor. Acest ghid oferă o imagine de ansamblu asupra modului de clasificare și cuantificare a resurselor, precum și sfaturi privind modul de raportare a proiectelor aflate la intersecția dintre CCI³ și CSR;
2. Contracte de sponsorizare cu parteneri non profit (organizații neguvernamentale, instituții publice sau autorități locale) – când acestea sunt puse la dispoziție de companiile membre;
3. Rapoarte de activitate și rapoarte financiare furnizate de partenerii comunitari, rapoarte de presă etc. Datele cuprind toate contractele ce fac referire la contribuții în **bani, produse, servicii** (pro bono și/sau preț redus) și **timp** (voluntariat);
4. Formularele de raportare ale serviciului LBG destinate partenerilor comunitari. Aceste formulare de raportare au rolul de colectare a datelor ce structurează informațiile conform modelului de analiză LBG.
5. Formulare de evaluare destinate voluntarilor corporatiști (dacă e cazul). Acest formular de colectare este de asemenea un instrument construit în cadrul serviciului LBG și are rolul de a colecta informațiile privind beneficiile aduse angajaților companiilor membre într-un format unitar, compatibil cu modelul de analiză LBG.

Datele analizate în acest raport se referă la anul calendaristic 2010. În cazul în care sunt date care depășesc acest interval, sunt făcute referiri specifice privind perioada de timp surprinsă în analiză.

³⁾ CCI: Corporate Community Involvement

4.5. Impact în comunitate

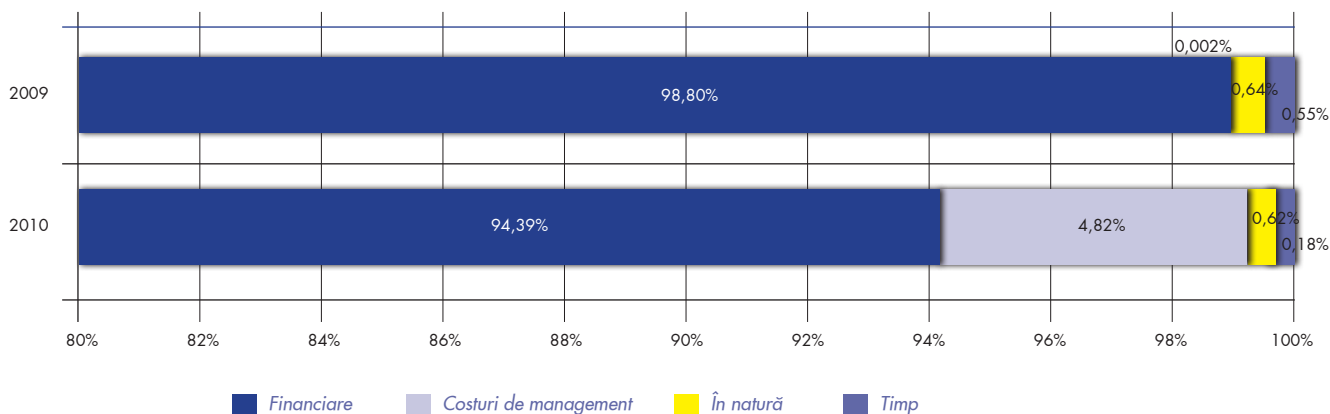
Datele de referință ale anului 2010

- **5.153.524.⁴⁾ RON** este suma totală investită de Raiffeisen Bank în programe comunitare;
- Peste **286.000 beneficiari** au fost asistați în cadrul proiectelor susținute de bancă;
- Suma totală investită în 2010 de Raiffeisen Bank împreună cu angajații, clienții și partenerii acesteia a fost de **6.275.600 RON**, echivalentul a **0,3% din cifra de afaceri** și **1,25% din profitul brut** al băncii pentru anul 2010;
- Valoarea **resurselor suplimentare atrase** raportate în 2010 este de **5 ori mai mare** decât valoarea resurselor suplimentare raportate în 2009;
- Partenerii băncii au implicat de **3 ori mai mulți beneficiari** în activitățile comunitare;
- Banca a investit aproape **jumătate** din resursele destinate inițiativelor comunitare în proiecte de **mediu**.

Valoarea investiției Raiffeisen Bank în programe comunitare

Graficul de mai jos prezintă distribuția resurselor în anul 2009, în funcție de tip, în valoare procentuală.

Ce investește Raiffeisen Bank în programe comunitate

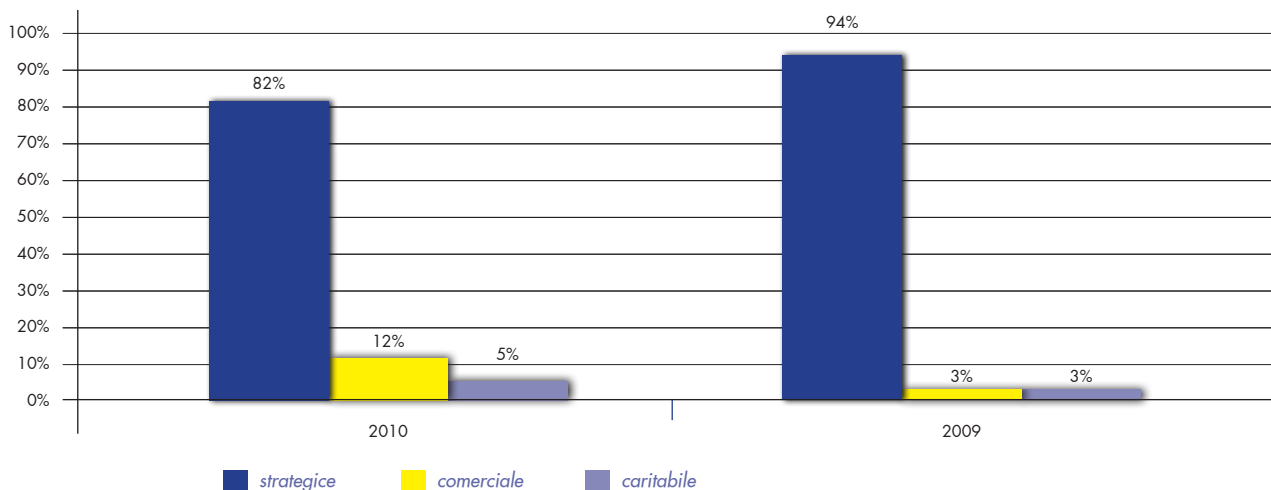


Valoarea totală a resurselor investite și structura investițiilor în comunitate raportat la tipul resurselor oferite au fost aproape identice cu cele din anul precedent, ceea ce demonstrează continuitate în atitudinea băncii față de partenerii săi comunitari. Această abordare este extrem de importantă pentru organizațiile beneficiare, deoarece sursele tradiționale de finanțări pentru proiecte comunitare ale organizațiilor neguvernamentale au fost puternic afectate pe parcursul anului 2010 de retragerea unor mari programe de finanțare pe de o parte, și pe de altă parte de diminuarea succesului în atragerea de fonduri de la companii ca urmare a crizei economice. Creșterea costurilor de management indică atenția pe care banca a acordat-o dezvoltării și îmbunătățirii practicii sale de CCI.

⁴⁾ Sumele au fost calculate la o valoare medie conform BNR pe 2010 de 4,2099 RON/1EUR.

Motivații⁸⁾ care stau la baza implicării în comunitate

De ce se implică Raiffeisen Bank în comunitate (motivații)



La fel ca și în 2009, proiectele **strategice**, implementate pe termen lung și în care compania urmărește schimbările generate de proiectele susținute, sunt cele care au atras cele mai mari contribuții în 2010 (82%). Această direcție de acțiune demonstrează atenția crescută a băncii la schimbările comunitare de profunzime și orientarea strategiei de responsabilitate corporativă către proiecte sustenabile, rezistente pe un orizont lung de timp.

Cea mai importantă creștere procentuală au avut-o proiectele **comerciale**, suma crescând de la 3% în 2009 la **12%** în 2010. Această ascensiune arată faptul că Raiffeisen Bank înțelege importanța și utilitatea proiectelor de acest tip, în care îmbină beneficiile comunitare cu beneficii legate de branding al produselor și serviciilor, abordarea de noi piețe sau construirea reputației companiei.

⁸⁾ Serviciul LBG clasifică motivațiile care stau la baza inițiativelor comunitare în trei categorii: CARITABILE, STRATEGICE, COMERCIALE.

Proiectele caritabile reprezintă de regulă inițiative 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-uri, instituții non-profit, grupuri informale etc., fără a urmări direcțiile sale strategice. Acest tip de inițiative oferă o mare flexibilitate a companiei care le susține în a deservi nevoi sociale care apar spontan sau care nu au fost foarte vizibile, însă nu contribuie la atingerea obiectivelor de CCI sau CSR a companiei.

Investiciile strategice indică 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. Proiectele de acest tip presupun un efort de coordonare mai mare, incluzând și resurse destinate monitorizării schimbărilor realizate și ajustării modului de implementare, însă duc mult mai sigur spre rezultatele dorite. Aceste inițiative nu permit flexibilitate din partea companiei în a răspunde mai multor nevoi sau cauze care reies din comunități însă garantează acoperirea în profunzime a unor nevoi.

Inițiativele comerciale sunt activitățile comerciale asociate unei cauze comunitare cu rolul de a susține în mod direct succesul companiei, promovând identitatea sa sau a 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.

Chiar dacă aparent aceste inițiative sunt la granița între activitatea economică și domeniul proiectelor comunitare, ele au rolul de a suplimenta resurse care altfel nu ar ajunge în comunitate. Cel mai evident exemplu este cel al campaniilor de marketing comunitar sau marketing pentru o cauză. În același timp, multe cauze comunitare pot fi aduse în atenția publicului prin astfel de inițiative, atrăgând astfel și noi tipuri de susținători ai respectivei probleme comunitare.

La rândul lor, proiectele **caritabile** au crescut ca valoare (de la 3% în 2009 la 5% în 2010), acest lucru demonstrând că pe durata anului 2010 banca a avut o mai mare flexibilitate în a răspunde unor nevoi prezentate de noi parteneri comunitari sau în a răspunde aceluiași cauze strategice, dar prin inițiative, ce nu au fost cuprinse în strategia băncii până în acest an.

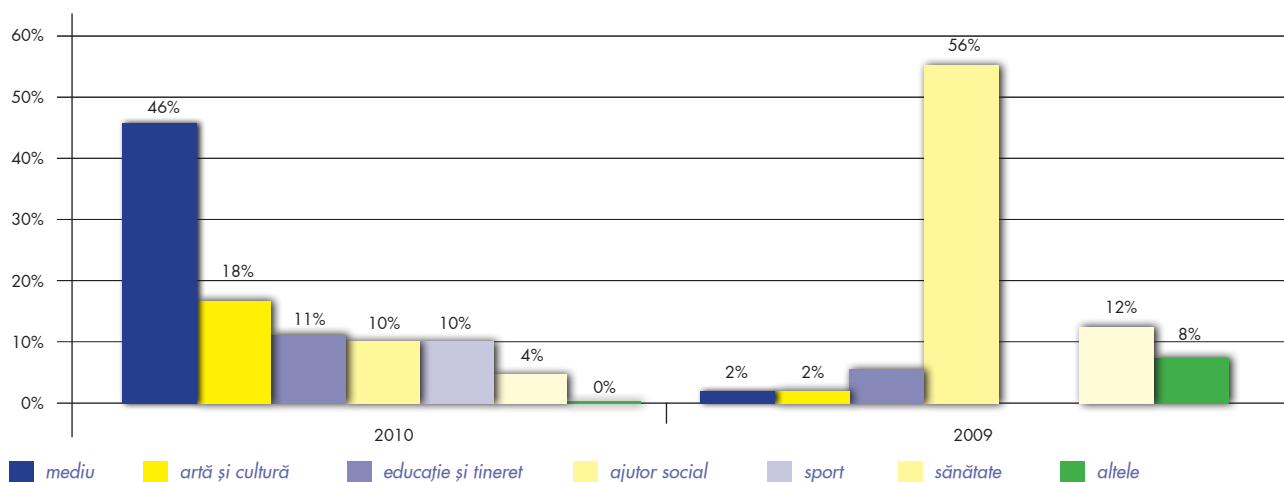
Cauzele susținute de Raiffeisen Bank în 2010

Anul 2010 a reprezentat un an important pentru bancă din punct de vedere al cauzelor susținute, deoarece domeniile principale de investiție au început să se contureze mult mai clar. În plus, ierarhia domeniilor comunitare s-a schimbat extrem de mult. În 2009 proiectele sociale erau cele care au reușit să atragă cele mai multe resurse ale băncii, urmate de proiectele de sănătate. În 2010 distribuția resurselor comunitare a fost mult mai echilibrată, conturându-se distinct cele cinci arii de interes ale băncii: mediu, artă și cultură, educație și tineret, ajutor social și sport.

Proiectele de **mediu** au devenit în 2010 principalele inițiative în care banca a ales să se implice. Aceste inițiative au atras **aproape jumătate** din resursele disponibile ale Raiffeisen Bank pentru implicare comunitară, în condițiile în care în anul precedent proiectele de ajutor social au beneficiat de sprijin extrem de consistent din partea acesteia (aproape 60% din resursele de CCI ale băncii).

Următoarele cauze comunitare în care banca a investit resurse în 2010 sunt: **artă și cultură** (18%), **educație și tineret** (11%), **intervenții sociale și sport** (10%).

Ce cauze susține Raiffeisen Bank (%)



Mediu

Organizația noastră este prezentă în 210 localități pe întreg teritoriul țării. Din acest motiv suntem atenți la problemele de mediu cu care se confruntă comunitățile urbane și ne implicăm activ în dezvoltarea sau susținerea de proiecte care promovează mijloacele nepoluante de transport și ca remediu pentru poluarea cauzată de trafic și sedentarismul specific mediului urban. Organizația s-a implicat de asemenea în proiecte care contribuie la creșterea cantității de spațiu verde pe cap de locuitor, care educă persoanele pentru un comportament responsabil față de mediu și în spiritul consumului responsabil de resurse și al reciclării.

Tabelul de mai jos prezintă consumul înregistrat de Raiffeisen Bank pe 2010 pentru principalele tipuri de resurse ⁶.

Resursa	Volum	Unitate de măsură
Energie electrică	678.239	Mwh
Energie termică	15.738	Gcal
Apă	273.595	mc
Combustibili	1.424.017	l
Hârtie ¹⁰	396.110	1.000 coli A4

Consum de resurse/angajat în 2010 ¹¹

Resursa	Volum	Unitate de măsură
Energie electrică	100,86	Mwh
Energie termică	2,34	Gcal
Apă	40,68	mc
Combustibili	211,78	l
Hârtie	58,90	1000 coli A4

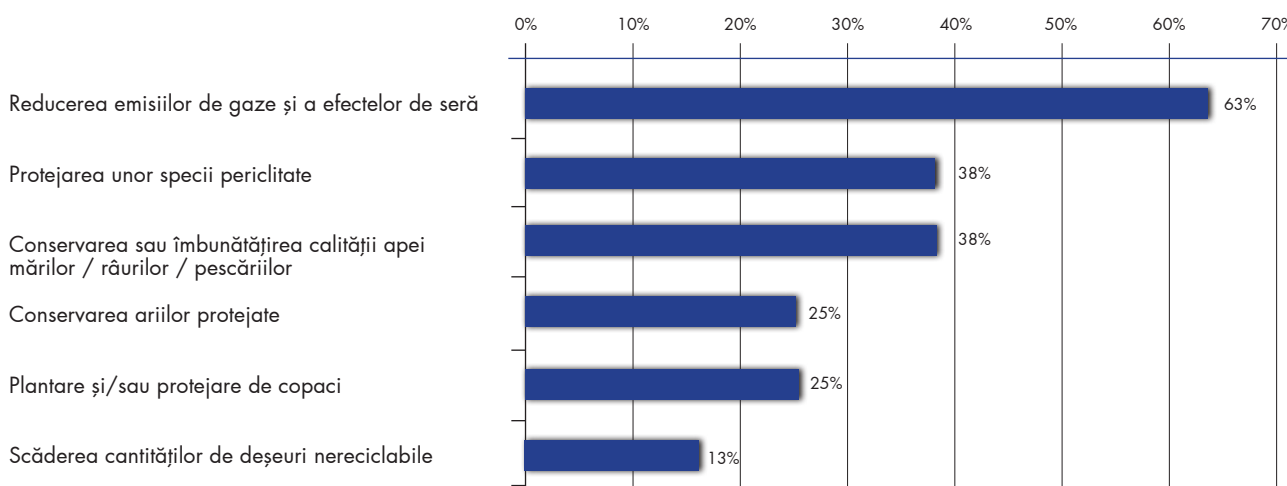
Protecția mediului este cauza principală în care Raiffeisen Bank a investit în 2010. Astfel vorbim despre un număr de 8 proiecte, dintre care 2 de nivel național. Partenerii comunitari a căror activitate s-a axat pe această cauză au raportat următoarele arii de beneficii de mediu:

⁶⁾ Valorile au fost calculate pentru un preț mediu în 2010 astfel: energie electrică - 18,77 ron/Mwh, energie termică - 150 ron/gigacalorie, apă - 2,86 ron/mc, combustibil - 0,57 eur/l, la un curs de 4,3 ron/1eur, hârtie - 4,45 eur/1.000 coli A4. Sursele datelor au fost Ordonanța 45/23 dec. 2010, estimare conf. ANRE, ApaNova, statistici ale Comisiei Europene.

¹⁰⁾ Luăm în calcul doar hârtia utilizată intern la copiatoare sau imprimante.

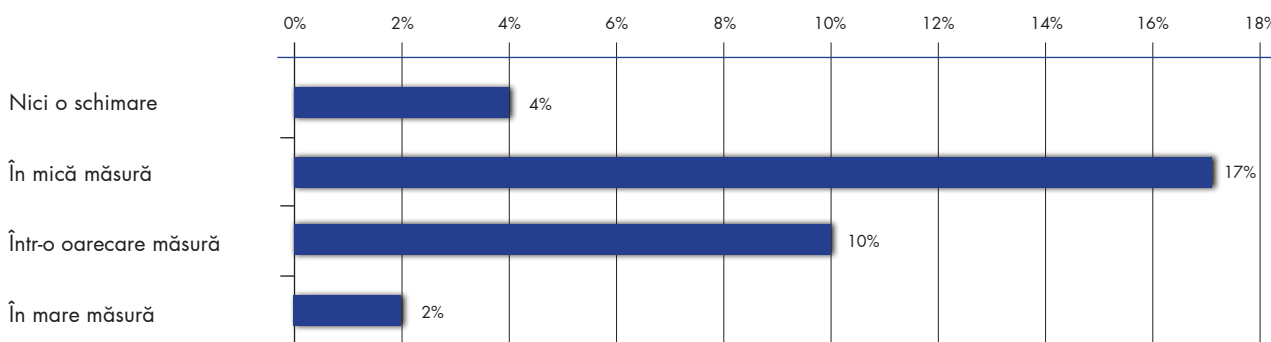
¹¹⁾ Consumul total/nr de angajați la 31 decembrie 2010.

Dintre partenerii comunitari care au raportat activități/proiect privind protecția mediului, aceștia au menționat:



Graficul de mai jos prezintă profunzimea schimbărilor de mediu raportate de beneficiarii comunitari

Grade de profunzime a schimbării în cazul activităților / proiectelor de mediu

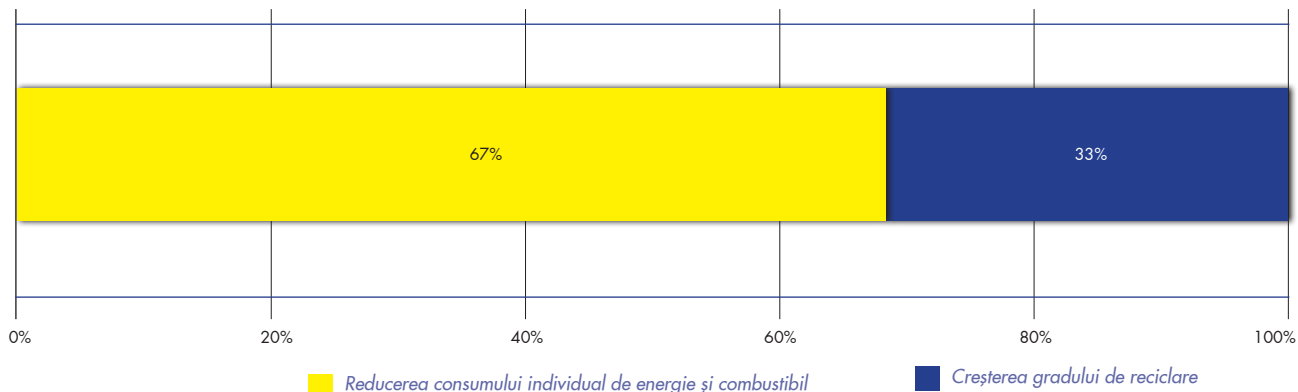


Luând în calcul faptul că cele mai mari parteneriate ce se adresează nevoilor protecției și conservării mediului sunt încă foarte noi iar abordările alese fac apel la schimbări de comportament și atitudine sau chiar la schimbări legislative, faptul că schimbările sunt încă mici este un lucru natural, reprezentând o primă etapă a drumului pe care organizația a pornit în domeniul protejării mediului. Pe termen lung, banca se va asigura că partenerii comunitari au capacitatea de a genera schimbări de profunzime, astfel încât succesul acestor proiecte să fie asigurat.

Pe lângă intervențiile directe de protejare a mediului, cele opt proiecte susținute de Raiffeisen Bank au avut și o importantă componentă de implicare a oamenilor în crearea unor comportamente responsabile

față de mediu. Conform raportărilor partenerilor comunitari, activitățile lor care au presupus implicarea indivizilor și s-au axat pe două tipuri de schimbări: reducerea consumului de resurse nereciclabile și creșterea gradului de reciclare.

Proiectele / activitățile care au implicat oameni în protecția mediului s-au axat pe:



Pentru **două treimi** din persoanele implicate în activitățile de protecție a mediului au fost raportate schimbări privind conservarea resurselor nereciclabile.

I Love Velo este principalul proiect de mediu al organizației și a fost realizat în parteneriat cu asociația Green Revolution. I Love Velo este cel mai mare proiect de bike sharing gratuit din țară. Proiectul a fost lansat pe data de 9 mai 2010 printr-un eveniment în București și a fost extins în țară în luna iulie. Au fost deschise 8 centre de închiriere gratuită de biciclete, 4 în București și câte unul în Iași, Cluj, Tg. Mureș și Constanța. Centrele au funcționat în perioada mai-noiembrie 2010 și au înregistrat un total de aproximativ 200.000 de utilizatori, urmând să fie redeschise în martie 2011.



Parcurile Raifi sunt un proiect dezvoltat de Raiffeisen Bank în parteneriat cu Asociația Mai Mult Verde și au avut ca obiectiv crearea de spațiu verde în acele orașe care au o cantitate de spațiu verde pe cap de locuitor mai mică decât media europeană. Astfel au fost lansate parcuri în Ploiești, Focșani, Alexandria, Călărași și Galați. Spațiile au fost amenajate cu gazon, puieți și mobilier din plastic reciclat. În total s-au realizat 2.500 mp de spațiu verde.



Căsuța de hârtie, un proiect al Atelierului de carte și în parteneriat cu Muzeul Țăranului Român, realizat de artistul Răzvan Supuran, este o premieră la noi în țară. Artistul și-a propus să realizeze din hârtie reciclată și rășini naturale o căsuță în miniatură. Proiectul s-a încheiat în septembrie 2010, iar căsuța este expusă la MȚR. Proiectul a fost susținut de Raiffeisen Bank atât cu donații de hârtie, cât și cu suport financiar, iar la realizarea căsuței au contribuit un număr de 36 voluntari.



Artă & cultură

Pentru că recunoaștem arta și cultura românească ca un domeniu de excelență, am ales să fim partenerii de tradiție ai unor evenimente cum sunt: Festivalul Internațional Johann Strauss, Festivalul Internațional de Muzică de Cameră SoNoRo, Festivalul de Teatru de la Sibiu, Noaptea Albă a Galeriilor sau proiectul Bucureștiul într-o zi.

Raiffeisen Bank este de 4 ani partenerul festivalului **SoNoRo**. Aflat la a cincea ediție, festivalul s-a desfășurat la începutul lunii noiembrie 2010, timp de două săptămâni, în București, Iași și Cluj-Napoca, sub tema „Un ballo in maschera”. Festivalul este un eveniment cultural de excepție, remarcându-se printr-un public tot mai numeros, în 2010 înregistrând aproximativ 5.500 de spectatori.



Pentru prima dată am susținut **Festivalului Internațional de Teatru de la Sibiu**, aflat la cea de-a XVII-a ediție, care a avut loc în perioada 28 mai – 6 iunie 2010 sub tema „Întrebări” / “Questions”. Oferta culturală a acestei ediții a fost deosebit de bogată și variată, cuprinzând de la producții reprezentative ale marilor teatre românești, dar și din străinătate, spectacole de stradă în orașul vechi și în cetățile și bisericile fortificate medievale din împrejurimile Sibiului, spectacole de teatru-dans, flamenco, balet, dans contemporan, teatru de păpuși, spectacole de lumini, muzică, pantomimă, până la conferințe, dezbateri, expoziții de fotografie și pictură, lansări de carte, instalații și ateliere, care au transformat Sibiul într-o veritabilă capitală culturală a lumii.



Noaptea albă a galeriilor, aflată la cea de-a patra ediție, s-a desfășurat în 40 de spații expoziționale din București, în noaptea dinspre 11 spre 12 iunie, de la ora 7 seara, până la ora 4 dimineața. Evenimentul a adus peste 140 de artiști și a promovat bicicleta ca mijloc alternativ de transport. Evenimentul a fost realizat cu sprijinul cu Raiffeisen Bank și în parteneriat cu Muzeul Național de Artă Contemporană și Asociația Green Revolution.



Proiectul Bucureștiul într-o zi are drept scop punerea în valoare a patrimoniului cultural și turistic al capitalei într-o manieră inedită, prin marcarea în teren a trei trasee ce străbat zonele cu cea mai bogată încărcătură istorică și artistică ale orașului. Cele trei trasee parcurg zona cuprinsă între centul vechi al capitalei, Șoseaua Kiseleff și Calea Victoriei iar hărțile și informațiile despre trasee sunt disponibile pe <http://www.bucurestulintrozi.ro/>. Lansarea acestor rute pietonale a fost urmată de o serie de 12 emisiuni transmise de canalul de televiziune The Money Channel, care prezintă istoria celor 3 trasee culturale. Raiffeisen Bank a fost partenerul principal al acestei serii de emisiuni și de asemenea a susținut lansarea celor trei trasee culturale în cadrul evenimentului Sindrofie la Șosea.



Educație

Credem că educația este esențială pentru dezvoltarea solidă atât a indivizilor, cât și a comunităților. 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. În cursul anului 2010 ne-am oferit suportul unor instituții de învățământ dar și unor asociații care au dezvoltat proiecte de educație. Asociația Charity Gift a desfășurat pe tot parcursul anului 2010 un program de educație alternativă pe două direcții: sănătate - Generația S și mediu - Guerrilla verde. Prin programul Generația S tinerii de liceu sau din învățământul postuniversitar din București, Brașov, Cluj-Napoca, Timișoara și Iași au fost informați pe teme



de sănătate. Ei au participat la proiecții de filme și dezbateri despre alimentația nesănătoasă, fumat, consumul de alcool și importanța unui stil de viață sănătos. Prin programul Guerrilla Verde tinerii din orașele mari ale țării au luat parte la proiecții de filme și la discuții pe teme de mediu.

Social

Ca și în anii trecuți, rămânem conștienți de nevoia de asistență socială și suntem receptivi la nevoile comunitare. Ceea ce ne dorim să creăm în domeniul social este o dezvoltare sustenabilă, atât pentru organizațiile partenere, cât și pentru beneficiarii lor. Astfel am ales să finanțăm acele proiecte care oferă beneficiarilor șansa la autonomie și independență. Din acest motiv am demarat cu Fundația Principesa Margareta a României proiectul „O meserie, o șansă la un viitor”. Acest proiect național de educație are ca obiectiv integrare pe piața forței de muncă a 60 de tineri din centrele de plasament din Iași, Brăila și Craiova. Aceștia au fost selectați pentru a primi o bursă de studii în cadrul Grupurilor Școlare ale Cooperăției Meșteșugărești “Spiru Haret” UCCECOM. Tinerii au putut alege între cursuri de meserii de 4-6 luni sau cursuri de liceu, cu durata de 4 ani. 13 dintre tineri au ales cursuri de lungă durată iar 47 dintre ei au ales cursuri de scurtă durată, tinerii specializându-se în meserii ca cea de ospătar, bucătar, măcelar, frizer, coafor sau mecanic auto. Pe 15 februarie 2011, 12 tineri din centrele de plasament din Iași au absolvit cursurile de calificare organizate în cadrul programului, iar Raiffeisen Bank le-a oferit suport în găsirea unui loc de muncă la partenerii săi de afaceri. Pe lângă bursa de studii, proiectul le oferă tinerilor un program de mentorat pentru a le furniza suportul și aptitudinile necesare pentru o bună integrare socială. Acest program de mentorat a fost realizat cu sprijinul voluntarilor angajați Raiffeisen Bank sau cu voluntari din cadrul Fundației de Servicii Sociale Bethany Iași, care i-au meditat pe tineri la limbi străine, matematică sau limba română și au petrecut timp împreună cu tinerii.



Ca și în trecut, am continuat parteneriatul cu organizația internațională United Way pentru a strânge fonduri, selecta și monitoriza proiectele care vin în întâmpinarea nevoilor comunitare. În 2010 82 de angajați au fost voluntari în selecția și monitorizarea proiectelor finanțate de United Way, însumând un total de 615 de ore de activitate. Aproximativ 950 dintre angajații Raiffeisen Bank au contribuit cu donații salariale, suma care a fost dublata de banca. Prin suportul financiar acordat de bancă United Way a putut oferi sprijin pentru peste 34 de proiecte de la diferite ONGuri, cu un număr total de 7.371 de beneficiari direcți, în domeniile educație, sănătate, integrare socială și profesională.

Sport

Raiffeisen Bank susține sportul de masă ca stil de viață sănătos. În 2010 am continuat parteneriatele noastre strategice pentru evenimentele Bucharest City Marathon și Sport Arena Street Ball.

În 2010 maratonul a fost acreditat internațional și a fost înscris în lista oficială a maratoanelor lumii și afiliat Asociației Internaționale a Maratoanelor Stradale. Această ediție a numărat în jur de 6.000 de participanți, pe diferite categorii de vârstă. Bucharest City Marathon este un eveniment organizat de Asociația Bucharest Running Club, cu sprijinul Raiffeisen Bank. De asemenea organizația a fost prezentă la maraton cu 43 angajați, dintre care 1 maratonist, 4 alergători la semimaraton, 6 echipe de ștafetă și 14 alergători la cursa populară.

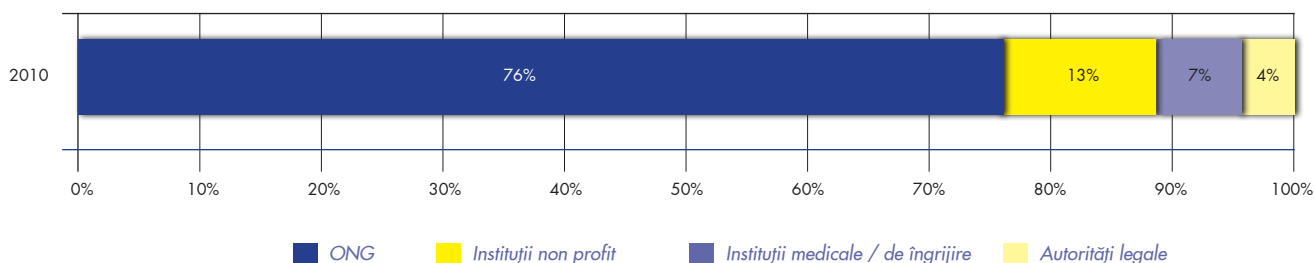
Sport Arena Street Ball ediția a cincea a avut aproximativ 1.000 de echipe participante, adică peste 3.500 de jucători amatori din toată țara. De asemenea în 2010 a fost organizat pentru a doua oară Campionatul European de Slamdunk, cu participanți din 14 țări.



Partenerii comunitari

Organizațiile neguvernamentale au fost principalii parteneri (**76%**) de implicare în comunitate ai băncii, urmate de **instituțiile non-profit** – școli și muzee (**13%**). Această distribuție a resurselor este de așteptat, având în vedere faptul că ONG-urile au infrastructura necesară și misiunea de a adresa cauze comunitare. Dintre aceasta, tot mai multe din ele au și experiența necesară în crearea de parteneriate cu sectorul de afaceri.

Complementar sectorului ONG și a cauzelor adresate de acestea, există încă nevoi comunitare în care instituțiile non-profit au expertiza și logistica necesare mult mai bine dezvoltate față de cea a ONG-urilor în implementarea proiectelor, în special pe domeniile educațional sau cultural dar și sănătate și îngrijire.



Acoperire geografică

Tabel 1¹²

Zona geografică	Valoarea contribuției %	Valoarea contribuției RON
București	40%	1,963,491.84
Regional	14%	694,636.27
Iași	10%	463,358.95
Cluj	8%	387,863.27
Constanța	6%	273,235.41
Călărași	4%	171,635.78
Prahova	3%	164,165.40
Galați	3%	156,868.35
Teleorman	3%	156,868.35
Vrancea	3%	156,868.35
Brașov	2%	120,942.72
Brăila	1%	38,634.46
Timișoara	1%	26,488.09

¹²⁾ Conform raportării oferite de Raiffeisen Bank, acoperirea geografică a proiectelor susținute de bancă este mai mare decât este prezentată în acest tabel. Cum însă valorile financiare au fost mici în celelalte zone, pentru a face cât mai ușoară citirea informațiilor prezentate, am ales să păstrăm în acest tabel doar acele zone geografice în care investiția băncii a depășit 1% din valoarea totală investită.

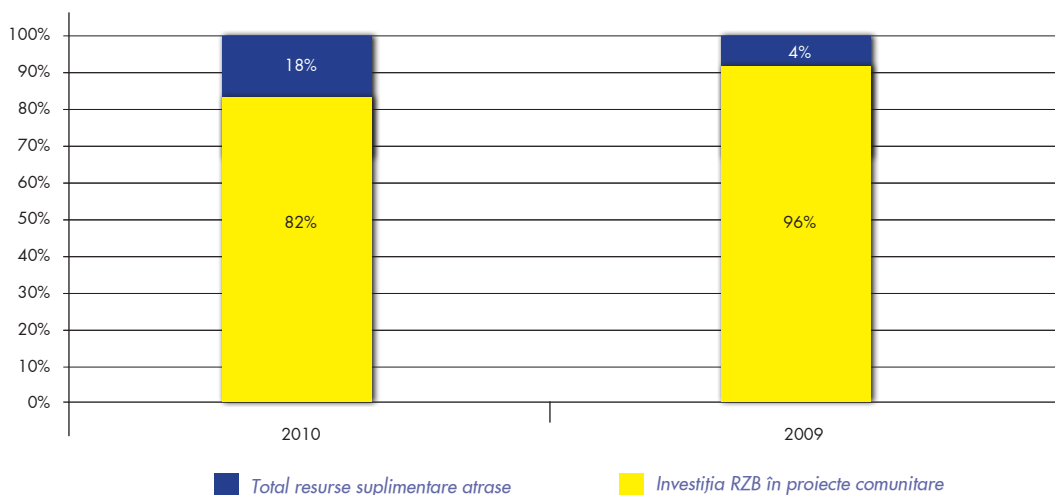
Analiza tabelului 1 arată faptul că în 2010 Banca a avut în atenție toată țara, selectându-și parteneri comunitari care au capacitatea de a răspunde unor nevoi în diferite regiuni.

Bucureștiul rămâne în continuare o zonă de implicare comunitară importantă, asta și pentru că o mare parte din partenerii comunitari care se adresează unor cauze importante pentru bancă operează în capitală.

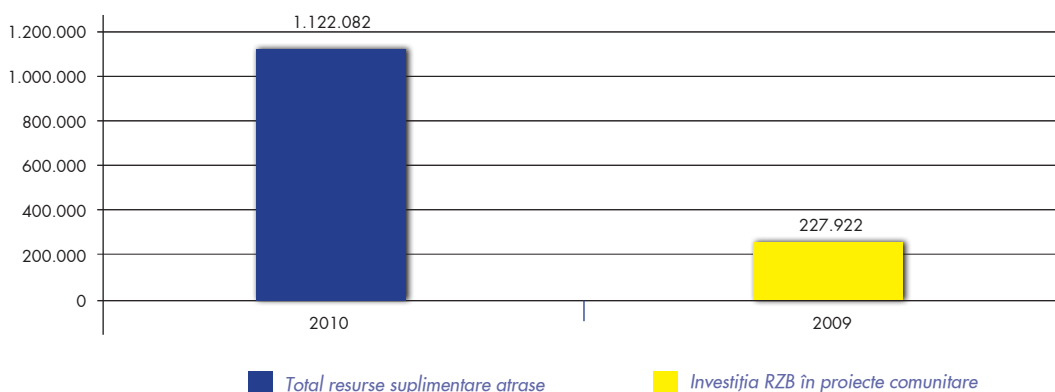
Resursele suplimentare atrase

Conform standardului LBG companiile pot raporta resursele investite de alți actori importanți în proiectele susținute de companii. Resursele suplimentare atrase sunt raportate atunci când aceste contribuții sunt posibile datorită faptului că finanțarea companiei a atras atenția asupra cauzei propuse de organizația beneficiară sau pentru că a pus la dispoziția acestor actori un mecanism prin care să poată contribui mai ușor.

Raportul dintre resursele investite și fondurile suplimentare atrase



Volumul resurselor suplimentare atrase (RON)



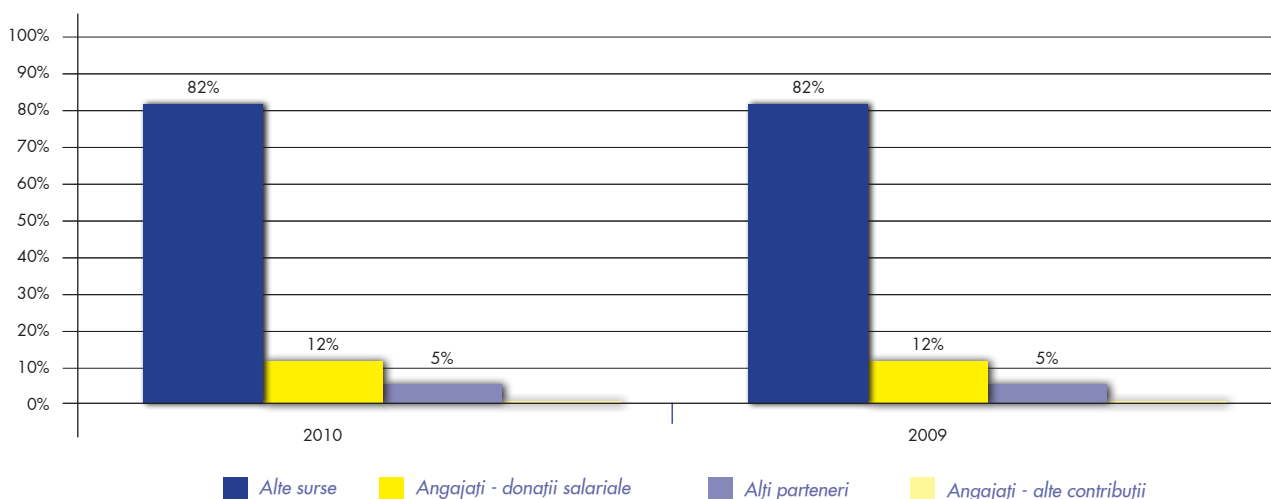
Graficele de mai sus arată că valoarea resurselor suplimentare atrase raportate în 2010 a **crescut de aproape 5 ori față de anul precedent**. Această diferență poate fi generată de calitatea raportării oferită de partenerii comunitari. Anul precedent a fost primul an în care partenerilor comunitari li s-a solicitat să raporteze retroactiv pentru acest parametru. Este posibil ca unii parteneri să nu fi putut oferi o raportare completă pentru anul 2009. Astfel, creșterea observată în 2010 este datorată mai degrabă unei evaluări mai temeinice, decât unor schimbări semnificative în metodele de atragere de fonduri folosite de partenerii comunitari.

Conform raportării resurselor suplimentare atrase în 2010, putem spune ca **Raiffeisen Bank împreună cu donatorii** pe care i-a atras înspre proiectele comunitare implementate de bancă **au investit** în comunitate **6.275.606 RON**.

Graficul de mai jos prezintă distribuția acestor resurse suplimentare atrase de companii și partenerii lor comunitari. Valoarea cea mai mare a contribuțiilor suplimentare atrase o reprezintă categoria **alte surse (74%)** – în care sunt încadrate **campanile sau evenimentele de atragere de fonduri** realizate de partenerii comunitari cu sprijinul băncii. Această grupă de donatori este importantă deoarece aceste sume nu ar fi putut fi atrase dacă banca nu ar fi susținut cauza respectivă și dacă nu ar fi crescut încrederea donatorilor în proiectul respectiv.

Acest tip de susținere este extrem de importantă pentru partenerii comunitari deoarece contribuie la crearea capacității ONG-urilor de a-și permanentiza noi parteneriate sau noi susținători și mai ales, de a câștiga încredere în propria capacitate de a obține fonduri din surse noi. Prin desfășurarea acestor tipuri de parteneriate, în care ONG-urile primesc nu numai susținere financiară din partea băncii, ci au și oportunitatea de a testa noi mecanisme de atragere de fonduri duce și la dezvoltarea lor organizațională, ceea ce reprezintă un efect benefic pe termen lung în viața respectivelor instituții.

Sursa contribuțiilor suplimentare atrase



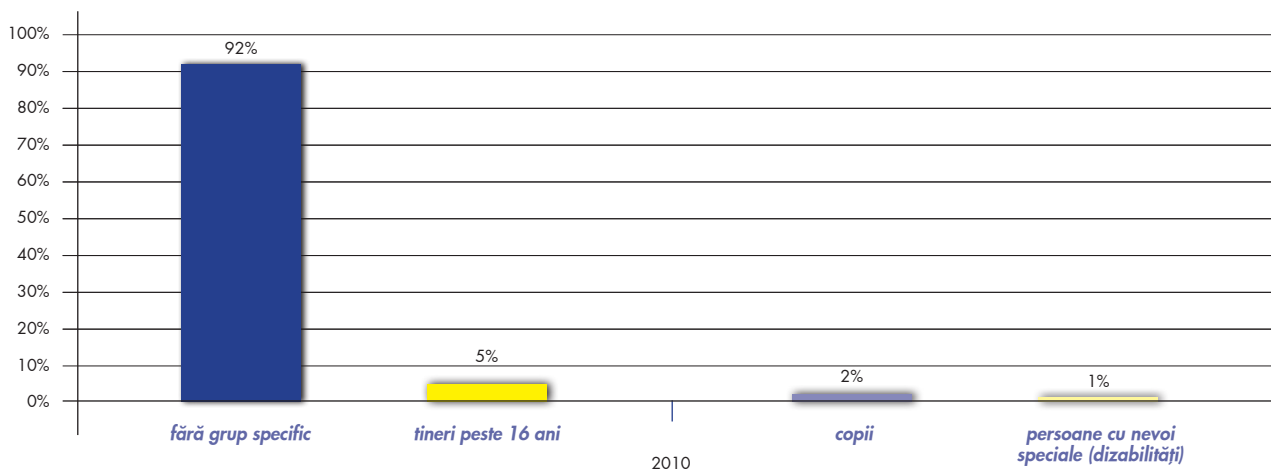
În continuare, **angajații** băncii rămân o categorie importantă de susținători ai proiectelor de implicare în comunitate. **19%** din sumele suplimentare atrase sunt oferite de aceștia, ceea ce demonstrează atașamentul lor față de proiectele comunitare. Asemeni băncii, angajații aceștia au ales să rămână constanți în susținerea pe care o oferă, indiferent de contextul economic actual.

Rezultate¹³ în comunitate, rezultate în companie

Pe durata anului 2010 partenerii comunitari ai băncii au asistat prin proiectele lor peste **286.170 beneficiari**. Proiectele care s-au adresat unor numere mari de persoane (în special proiectele de mediu și sport) nu s-au concentrat pe anumite categorii specifice de beneficiari, considerându-se că succesul proiectelor este dat și de diversitatea persoanelor implicate. Din acest motiv **92%** din persoanele raportate ca beneficiari de partenerii comunitari au fost încadrate ca persoane **fără grup specific**.

Tinerii și copiii reprezintă una din categoriile importante asupra căreia partenerii comunitari ai băncii s-au adresat prin inițiativele lor, urmate apoi de proiectele destinate persoanelor cu nevoi speciale.

Categoriile principale de beneficiari



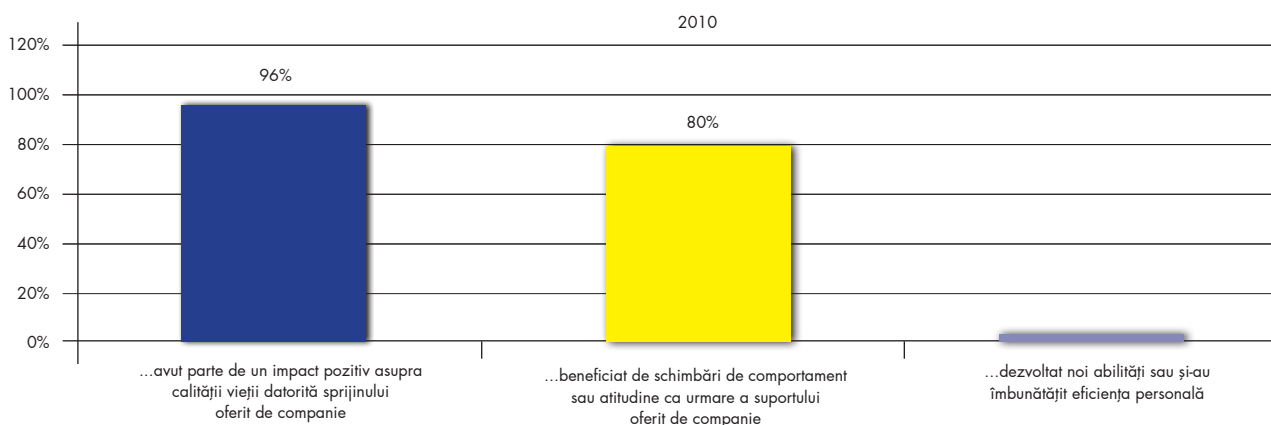
În cazul tuturor acestor beneficiari, modelul LBG analizează trei categorii de schimbări:

- comportament și atitudine,
- acumulare de abilități și cunoștințe,
- îmbunătățirea calității vieții.

¹³⁾ În decursul anului 2010 instrumentele de colectare a datelor privind schimbările realizate de partenerii comunitari cu ajutorul resurselor investite de companie au fost îmbunătățite în mod semnificativ. Proiectele derulate în 2010 sunt primele în care s-a utilizat această nouă metodologie de lucru, iar în marea majoritate a cazurilor instrumentele de lucru au fost date partenerilor comunitari pe durata sau la finalul perioadei de implementare. De aceea datele culese sunt estimări iar analizele realizate pe baza acestora trebuie considerate ca estimări. Totuși am considerat important să introducem aceste date în raport deoarece ele reflectă, chiar dacă încă nu foarte exact, impactul generat de investiția băncii în comunitate și companie.

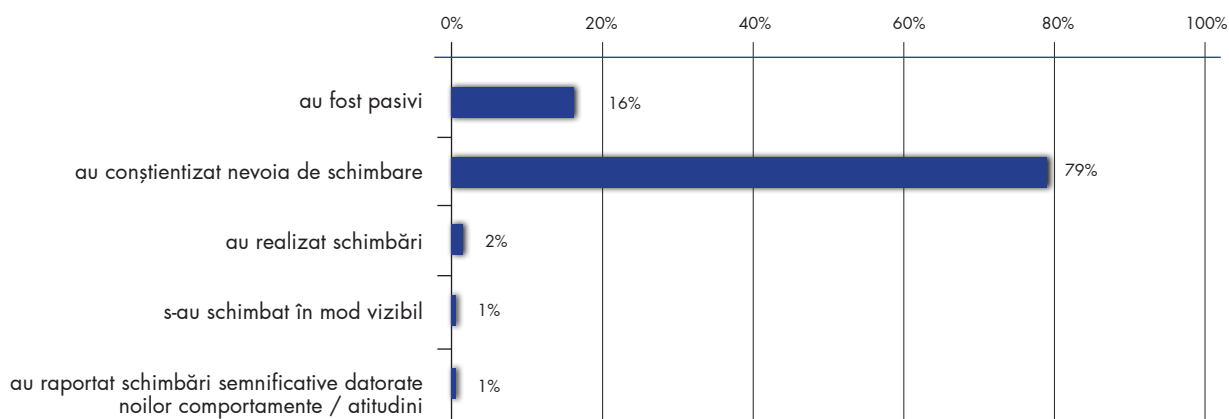
Proiectele comunitare susținute de Raiffeisen Bank au generat schimbări în special în zona de calitate a vieții, dar și schimbări de comportament. Aceste schimbări se datorează în special proiectelor de mediu, sport și a celor culturale. Scopul principal al acestor proiecte este de a încuraja oamenii să îmbrățișeze comportamentele sănătoase care au posibilitatea ca pe termen lung să ducă și la creșterea calității vieții.

Beneficiarii proiectelor comunitare au...

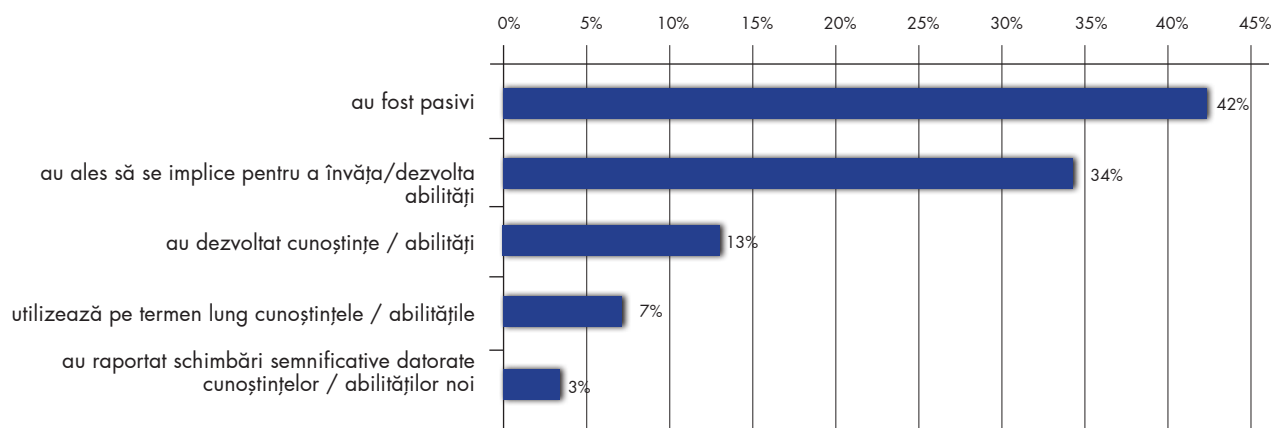


În plus față de aceste categorii de schimbări pe care proiectele comunitare le pot aduce beneficiarilor, modelul LBG a urmărit și profunzimea acestor schimbări. Astfel, în cazul proiectelor implementate de partenerii comunitari ai Raiffeisen Bank:

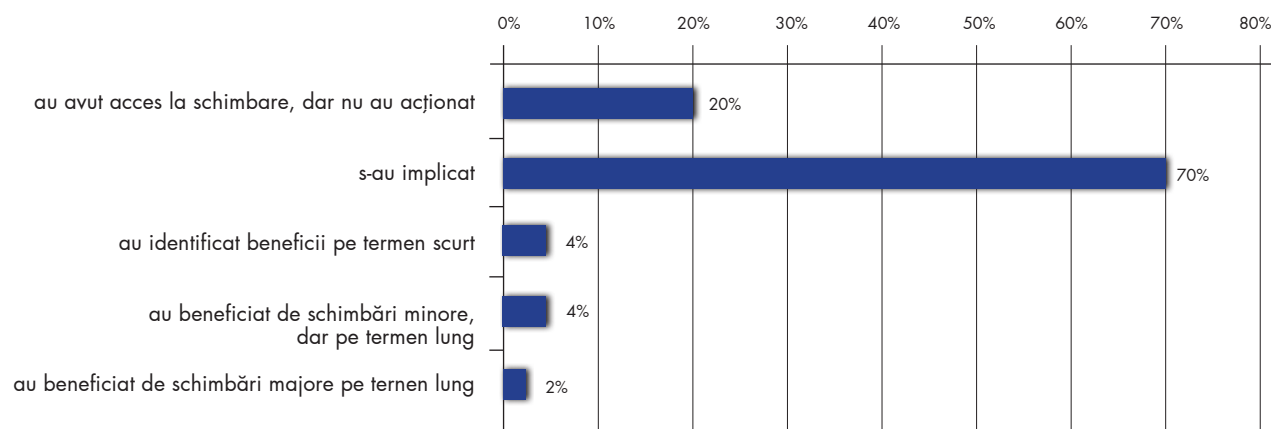
Din beneficiarii a căror atitudine/comportament s-au dorit schimbate



Din beneficiarii cărora li s-a oferit posibilitatea să își dezvolte abilități și cunoștințe...



Din beneficiarii a căror calitate a vieții s-a dorit îmbunătățită...

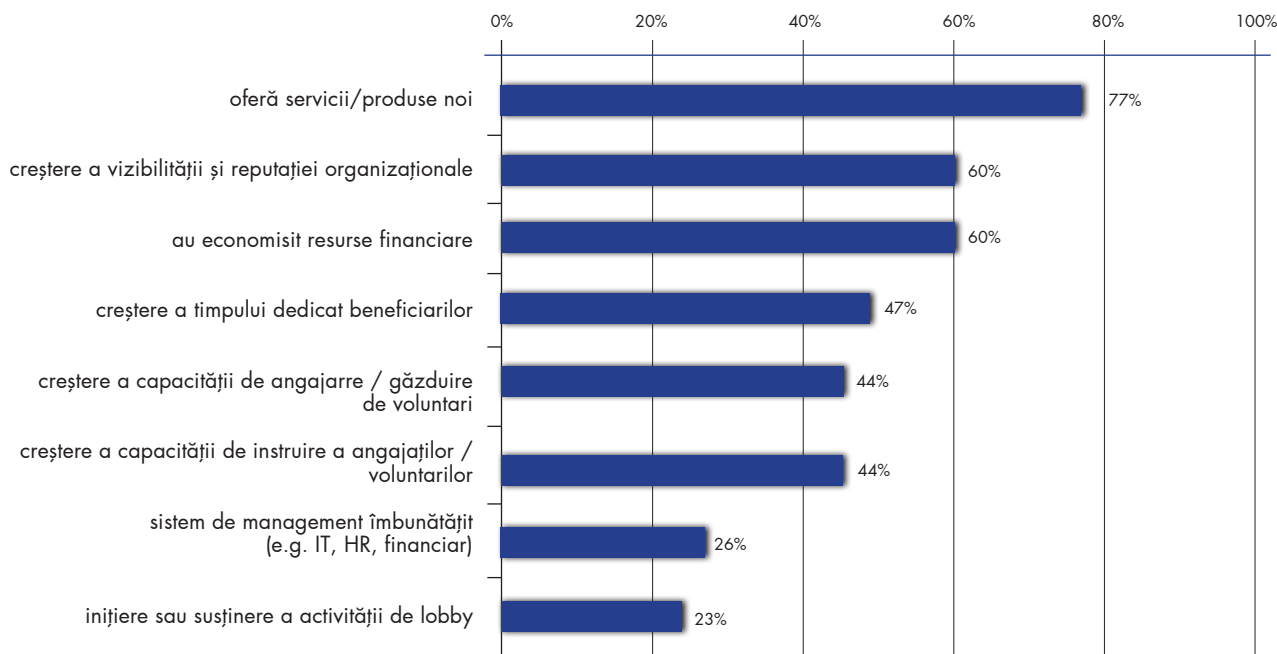


Cum era de așteptat, în marea majoritate, beneficiarii se află în faze de conștientizare și implicare pentru a-și schimba atitudini, comportamente, abilități sau calitatea vieții. Doar grupuri mici de beneficiari ajung în etape de schimbare profundă.

Acest lucru se întâmplă deoarece partenerii comunitari comunică oportunitățile de schimbare și dedică activități pentru a apropia grupuri de beneficiari de activitățile lor. Însă pentru a putea crea intervenții de profunzime, acești parteneri trebuie să dedice un număr mare resurse umane, de timp și financiare. De aceea, pentru a putea realiza cu adevărat schimbări, intervențiile lor sunt realizate pentru numere mici de beneficiari.

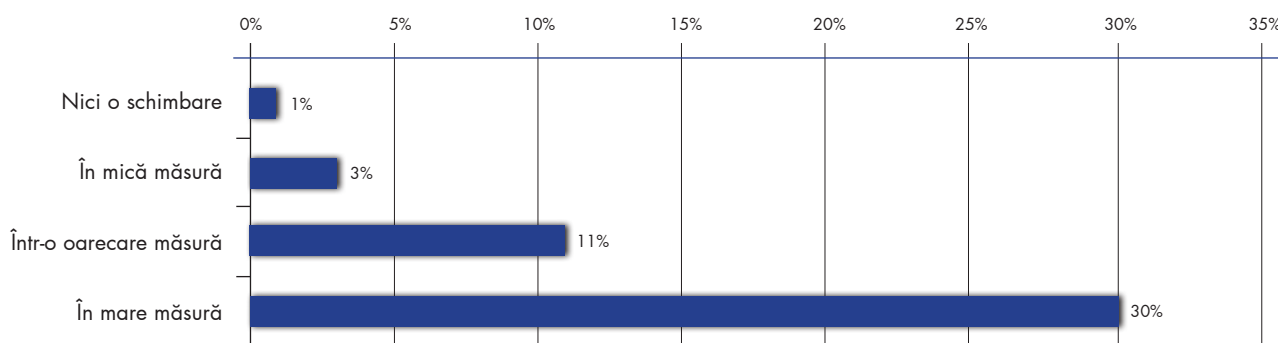
Resursele investite de bancă în proiectele comunitare nu aduc **schimbări** doar la nivel de beneficiari, ci și **la nivelul organizațiilor** care le implementează. Astfel, cei 45 parteneri comunitari direcți ai băncii au evaluat beneficiile pe care ei, ca instituții le-au simțit pe durata anului 2010.

Schimbări generate în cadrul organizațiilor partenerere



Ca și în cazul schimbărilor aduse beneficiarilor, modelul LBG oferă partenerilor comunitari posibilitatea să evalueze profunzimea schimbărilor prin care instituțiilor lor au trecut datorită faptului că au putut accesa resursele băncii.

Grade de profunzime ale schimbărilor, raportate de partenerii comunitari



Evaluările realizate de toți partenerii comunitari arată faptul că, deși de cele mai multe ori nu conștientizăm importanța sponsorizărilor pentru instituția parteneră, de fapt acestea au un rol fundamental în consolidarea partenerului.

* Luăm în calcul doar hârtia utilizată intern la xerox sau imprimante.

Concluzii



5. Concluzii

În 2010 valoarea investițiilor în comunitate ale băncii reprezintă **0,3%** din cifra de afaceri și **1,25%** din profitul brut al băncii, ceea ce înseamnă o contribuție medie de **200 Eur** pentru fiecare angajat al său.

Aceste date arată faptul că în 2010 Raiffeisen Bank s-a apropiat de procente medii de investiții în cauze comunitare din țările cu tradiție de implicare în comunitate și în unele cazuri, le-a depășit. Iată câteva procente din grupuri LBG din alte țări în anul 2010:

- Marea Britanie - contribuțiile în proiecte comunitare reprezintă **0,41%** din profitul brut (anul 2010 și o contribuție medie în CCI per angajat de **£ 405** (aprox **479 Eur**).
- Australia și Noua Zeelandă – contribuțiile în proiecte comunitare reprezintă **0,63%** din profitul brut și **0,10%** din cifra de afaceri, cu o contribuție medie în CCI per angajat de **322 \$ (243 Eur)**.
- Statele Unite ale Americii – contribuțiile în proiecte comunitare reprezintă **0,1%** din cifra de afaceri și **1,12%** din profitul brut, cu o contribuție medie în CCI per angajat de **556 \$ (419 Eur)**.

Eficiența Raiffeisen Bank în cifre

Pentru **1 beneficiar** deservit în 2010, Raiffeisen Bank a investit resurse financiare, de timp și în natură în valoare medie de **18 RON**.

În 2010 fiecare **18 RON** investiți în comunitate de bancă, au adus vizibilitate companiei pentru cel puțin **1** client, potențial client, beneficiar sau angajat al acesteia*.

Pentru fiecare **1 RON** investit de Raiffeisen Bank în programe comunitare, partenerii comunitari au atras prin inițiative de atragere de fonduri **0,16 RON**.

* În calcularea eficienței de vizibilitate au fost luați în calcul doar beneficiarii direcți ai proiectelor implementate de bancă și partenerii săi comunitari. Cum însă în multe din proiecte s-au utilizat canale de comunicare, considerăm că eficiența de comunicare prin proiectele de CCI ale băncii a fost de fapt mult mai mare.

Anexa 1

Index de conținut G3 - Supliment Sectorial Servicii Financiare - GRI Nivel C *

RAPORTARE STANDARD PARTEA I: Raportarea Profilului Organizației

1. Strategie și analiză

Raportare Profil	Descriere	Raportat	Pagină
1.1	Declarație din partea celui mai senior agent de decizie al organizației.	Parțial	3

2. Profil organizațional

Raportare Profil	Descriere	Raportat	Pagină
2.1	Numele organizației	Integral	8
2.2	Principalele mărci, produse și/sau servicii.	Integral	8
2.3	Structura operațională a organizației, inclusiv principalele divizii sau subsidiare.	Integral	8, 9
2.4	Adresa sediului central al organizației	Integral	45
2.5	Numărul de țări în care operează organizația și numele țărilor cu operațiuni majore sau cu relevanță pentru temele de sustenabilitate cuprinse în raport.	Integral	8
2.6	Tipul de acționariat și starea juridică.	Integral	8
2.7	Piețele deservite (pe regiuni geografice, sectoare și tipuri de clienți).	Integral	8, 9
2.8	Dimensiunea organizației care raportează.	Integral	8
2.9	Schimbări semnificative care au avut loc în perioada de raportare, cu privire la dimensiune, structură sau acționariat.	Integral	8
2.10	Premii primite în perioada de raportare.	Integral	5, 6

3. Parametrii Raportului

Raportare Profil	Descriere	Raportat	Pagină
3.1	Perioada de raportare pentru informația furnizată.	Integral	3
3.2	Data celui mai recent raport (dacă există).	Integral	3
3.3	Ciclul de raportare.	Integral	3
3.4	Contact pentru întrebări legate de conținutul raportului.	Integral	4, 5
3.5	Procesul de definire a conținutului raportului.	Parțial	3, 12
3.6	Acoperirea raportului (ex. țări, divizii, subsidiare etc.	Integral	12
3.7	Limitări specifice legate de scopul sau acoperirea acestui raport.	Integral	12
3.8	Temeiul pentru raportarea pentru subsidiare, divizii, furnizori sau alte entități care pot afecta semnificativ conținutul raportului de la un ciclu de raportare la altul.	Neraportat	
3.10	Explicații pentru reveniri asupra informațiilor declarate în rapoarte anterioare.	Nu se aplică	
3.11	Schimbări semnificative față de raportarea anterioară, privind scopul, acoperirea sau metodele de măsurare acoperite în raport.	Nu se aplică	
3.12	Tabel care să indice în conținutul raportului parametrii standard asupra cărora s-a raportat.	Integral	35

* Conform standardelor de evaluare pentru nivelul C, organizația trebuie să raporteze cel puțin 1 indicator pentru fiecare parametru de raportare.

4. Guvernanță, angajamente și implicare

<i>Raportare Profil</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
4.1	Structura de guvernanță a organizației, inclusiv comisii sub cel mai înalt nivel ierarhic de guvernanță, responsabilă pentru acțiuni specifice, cum ar fi stabilirea strategiei.	Integral	10
4.2	Indicați dacă persoana care se află la conducerea celei mai înalte structuri de guvernanță este și director executiv.	Integral	9
4.3	Pentru organizații care au o structură unitară a consiliului de administrație, declarați numărul de membri ai celei mai înalte structuri de guvernanță care sunt independente.	Integral	13
4.4	Mecanisme pentru grupuri cointeresate și angajați pentru a furniza recomandări către structurile de conducere.	Parțial	10
4.14	Lista grupurilor cointeresate care au fost angajate în dialog de către organizație.	Parțial	43
4.15	Criteriile de identificare și selecție a grupurilor cointeresate cu care organizația a angajat un dialog.	Neraportat	

RAPORTARE STANDARD PARTEA III: Indicatori de performanță

<i>Impactul produselor și serviciilor</i>			
<i>Indicator de performanță</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
<i>Portofoliul de produse</i>			
FS6	Împărțirea portofoliului pe linii de business, după regiune, dimensiune și sector.	Parțial	8
FS7	Valoarea monetară a produselor și serviciilor concepute să ofere un beneficiu social, pe fiecare linie de business.	Neraportat	
FS8	Valoarea monetară a produselor și serviciilor concepute să ofere beneficii de mediu, pe fiecare linie de business.	Neraportat	
<i>Audit</i>			
FS9	Acoperirea și frecvența auditurilor care evaluează implementarea procedurilor de risc de mediu și risc social.	Nu se aplică	

Parteneriate proactive

FS10	Procentul și numărul companiilor deținute în portofoliu cu care organizația a interacționat pe probleme sociale sau de mediu.	Neraportat	
FS11	Procentul de active care fac obiectul analizei de mediu sau sociale.	Neraportat	
FS12	Politici de vot aplicate pentru probleme sociale sau de mediu pentru acțiuni asupra cărora organizația are dreptul să voteze.	Neraportat	

Economic			
Indicator de performanță	Descriere	Raportat	Pagină
Performanță economică			
EC1COMM	Valoarea economică directă generată și distribuită, inclusiv venituri, costuri operaționale, compensații pentru angajați, donații sau alte investiții în comunitate, plăți către furnizori de capital sau guverne.	Integral	14 - 5
EC2	Implicații financiare și alte riscuri și oportunități pentru activitățile companiei, datorate schimbărilor de climat.	Nu se aplică	
EC3	Extinderea obligațiilor planului de beneficii al organizației.	Neraportat	
EC4	Asistență financiară semnificativă primită de la guvern.	Integral	15
Prezență pe piață			
EC5	Procentul salariului mediu al unui angajat nou, comparativ cu salariul minim pe economie.	Integral	13
EC6	Politici, proceduri și procentul de cheltuieli pentru furnizori cu sediul la nivel local.	Neraportat	
EC7	Proceduri pentru angajarea persoanelor de la nivel local și procentul de personal de management angajat din comunitatea locală.	Integral	13
Impact economic indirect			
EC8	Dezvoltarea și impactul investițiilor în infrastructură și servicii oferite în principal pentru beneficiul public.	Neraportat	
EC9	Descrierea impactului economic indirect semnificativ, inclusiv anvergura impactului.	Neraportat	
Mediu			
Indicator de performanță			
Indicator de performanță	Descriere	Raportat	Pagină
Resurse			
EN1	Materiale utilizate, în funcție de greutate sau volum.	Parțial	21
EN2	Percentage of materials used that are recycled input materials.	Neraportat	
Energie			
EN3	Consum direct de energii din surse primare.	Neraportat	
EN4	Consum indirect de energie din surse primare.	Neraportat	
EN5	Energie economisită datorită îmbunătățirilor în eficiență.	Neraportat	

EN6	Inițiative de a furniza produse și servicii bazate pe energie regenerabilă sau consum eficient și rezultate ca urmare a furnizării acestor produse.	Neraportat	
EN7	Inițiative de a reduce consumul indirect de energie și rezultatele obținute.	Neraportat	

Apă

EN8	Cantitatea de apă consumată, în funcție de sursă.	Neraportat	
EN9	Surse de apă afectate semnificativ de consumul de apă.	Nu se aplică	
EN10	Procentul și volumul total de apă reciclată și refolosită.	Neraportat	

Biodiversitate

EN11	Locul și dimensiunea terenurilor aflate în proprietate sau închiriate sau administrate care se află pe sau în apropierea ariilor protejate sau cu biodiversitate crescută.	Nu se aplică	
EN12	Descierea impactului semnificativ al produselor și serviciilor asupra biodiversității sau a ariilor protejate.	Nu se aplică	
EN13	Habitat protejate sau reamenajate.	Nu se aplică	
EN14	Strategii, acțiuni curente sau planuri viitoare pentru administrarea impactului asupra biodiversității.	Nu se aplică	
EN15	Numărul speciilor aflate pe lista roșie care au habitatul în zone afectate de activitatea organizației.	Nu se aplică	

Emisii, ape menajere, deșeuri

EN16COMM	Totalul emisiilor de gaze cu efect de seră.	Neraportat	
EN17	Alte emisii indirecte relevante de gaze cu efect de seră.	Neraportat	
EN18	Inițiative de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră și rezultatele obținute.	Neraportat	
EN19	Emisii de substanțe cu efect asupra stratului de ozon.	Neraportat	
EN20	NOx, SOx, și alte emisii, după tip și volum.	Neraportat	
EN21	Cantitatea totală de apă deversată, după calitate și destinație.	Neraportat	
EN22COMM	Greutatea totală a deșeurilor după tip și metoda de eliminare.	Neraportat	
EN23	Număr total și volum al deversărilor semnificative.	Nu se aplică	
EN24	Greutatea deșeurilor transportate, importate, exportate sau tratate, considerate periculoase conform Anexelor I, II, III și VIII ale Convenției Basel și procentul de deșeuri expediate la nivel internațional.	Nu se aplică	
EN25	Identitatea, dimensiunea, biodiversitatea apelor afectate de evacuarea apei folosite de organizație.	Nu se aplică	

Produse și servicii

EN26	Inițiative de a contracara impactul de mediu al produselor și serviciilor și nivelul de contracarare.	Neraportat	
EN27	Procentul de produse vândute și materialele de împachetare care au fost cerute înapoi.	Nu se aplică	

Conformitate

EN28	Valoarea monetară a amenzilor semnificative și numărul total al sancțiunilor nonmonetare pentru nerespectarea legislației de mediu.	Neraportat	
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--

Transport

EN29	Impact de mediu semnificativ pentru transportul produselor sau altor materiale necesare activității organizației, inclusiv transportul angajaților.	Neraportat	
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--

General

EN30	Totalul cheltuielilor și investițiilor de mediu, în funcție de tip.	Neraportat	
------	---------------------------------------------------------------------	------------	--

Social: practici de resurse umane

Indicator de performanță	Descriere	Raportat	Pagină
---------------------------------	------------------	-----------------	---------------

Angajați

LA1	Totalul forței de muncă după tipul slujbei, contractul de angajare și regiunea.	Integral	13
LA2	Numarul total al angajaților, după vârstă, gen și regiune.	Integral	13
LA3	Beneficii oferite angajaților full time, care nu sunt acordate și angajaților part time, prin operațiuni majore.	Integral	12

Relații de muncă sau de management

LA4	Procentul angajaților acoperit de negocieri colective.	Integral	12
LA5	Minime înștiințări privind schimbări operaționale semnificative, inclusiv dacă este specificat în contracte colective.	Integral	12

Sănătate și siguranță la locul de muncă

LA6	Procentul forței de muncă totală reprezentată în întâlniri formale management - sănătatea muncii și comisii de siguranță care ajută la monitorizarea și consultanța cu privire la medicina muncii și programelor de siguranță.	Neraportat	
LA7	Rata de rănire, boli la locul de muncă, zile pierdute și absentism, precum și numărul de calamități produse la locul de muncă, pe regiune.	Neraportat	
LA8	Programe de educație, instruire, consultanță, prevenire și control al riscului la locul de muncă pentru membrii forței de muncă, familiile lor sau membri ai comunității privind boli grave.	Nu se aplică	
LA9	Subiecte de sănătate și siguranță, acoperite în contracte formale cu sindicate muncitorești.	Neraportat	

Instruire și educație

LA10	Număr mediu de ore pe zi pentru angajat, după categoria acestuia.	Integral	12
LA11	Programe pentru managementul abilităților și învățare pe viață, care susțin constanța angajării, asistându-i pe angajați în gestionarea pensionărilor.	Neraportat	
LA12	Procentul de angajați care primesc regulat evaluări de performanță și comentarii de dezvoltare a carierei.	Integral	12

Diversitate și egalitate de șanse

LA13	Componența organelor de guvernare și defalcarea pe categorii de salariați, în funcție de sex, grupa de vârstă, apartenența la grup minoritar și alți indicatori de diversitate.	Integral	13
LA14	Raportul dintre salariul de bază de la bărbați la femei, pe categorii de angajat.	Integral	13

Social: Drepturile Omului

Indicator de performanță	Descriere	Raportat	Pagină
---------------------------------	------------------	-----------------	---------------

Diversitate și egalitate de șanse

HR1COMM	Procentul și numărul total de acorduri de investiții semnificative care includ clauze privind drepturile omului sau care au fost supuse analizei privind drepturile omului.	Neraportat	
HR2	Procentul de furnizori și contractori semnificativi care au fost supuși analizei privind drepturile omului și acțiunile întreprinse.	Neraportat	
HR3	Totalul de ore de instruire a angajaților cu privire la politicile și procedurile legate de aspecte ale drepturilor omului care sunt relevante pentru operațiuni, inclusiv procentul de angajați instruiți.	Neraportat	

Non discriminare

HR4	Numărul total de incidente de discriminare și acțiunile întreprinse.	Nu se aplică	
-----	----------------------------------------------------------------------	--------------	--

Libertate de asociere și negociere colectivă

HR5	Operațiuni identificate în care dreptul de a exercita libertatea de asociere și negocierea colectivă poate fi un risc semnificativ, și acțiunile întreprinse pentru a sprijini aceste drepturi.	Neraportat	
-----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	--

Exploatarea minorilor

HR6	Operațiuni identificate ca având risc semnificativ de incidente de muncă a copiilor, și măsurile luate pentru a contribui la eliminarea muncii copilului.	Integral	13
-----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	----

Muncă forțată			
HR7	Operațiuni identificate ca având risc semnificativ de incidente de muncă forțată sau obligatorie, și măsuri care să contribuie la eliminarea muncii forțate sau obligatorii.	Nu se aplică	
Practici de securitate			
HR8	Procentul de personal de securitate instruit în politicile organizației sau proceduri legate de aspecte ale drepturilor omului care sunt relevante pentru operațiuni.	Neraportat	
Drepturile persoanelor indigene			
HR9	Numărul total de incidente de încălcări ale drepturilor popoarelor indigene și acțiunile întreprinse.	Nu se aplică	
Social: Comunitate			
Indicator de performanță	Descriere	Raportat	Pagină
SO1	Natura, domeniul de aplicare, eficacitatea oricăror programe și practici care să evalueze și să gestioneze impactul operațiunilor asupra comunităților, inclusiv introducerea, operarea și ieșirea.	Neraportat	
FS13	Puncte de acces în zonele slab populate sau defavorizate din punct de vedere economic, după tip.	Nu se aplică	
FS14	Inițiative pentru a îmbunătăți accesul la servicii financiare pentru persoanele defavorizate.	Nu se aplică	
Corupție			
SO2	Procentul și numărul total de unități de afaceri analizate pentru riscurile legate de corupție.	Integral	10
SO3	Procentul de angajați instruiți după procedurile și politicile de anticorupție în organizație.	Integral	10
SO4	Acțiunile întreprinse ca răspuns la incidente de corupție.	Integral	10
Politici publice			
SO5	Poziii de politici publice și participarea la dezvoltarea de politici publice și lobby	Neraportat	
SO6	Valoarea totală a contribuțiilor financiare și în natură la partidele politice, politicieni, și instituțiile legate de țară.	Integral	10
Comportament anti concurențial			
SO7	Numărul total de acțiuni juridice pentru un comportament anti-concurențial, anti-trust, și practicile de monopol și rezultatele lor.	Integral	10

Conformitate			
SO8	Valoarea monetară a amenzilor importante și numărul total de sancțiuni non-monetare pentru nonconcordanță cu legile și reglementările.	Integral	10
Social: Responsabilitate legată de produse			
<i>Indicator de performanță</i>	<i>Descriere</i>	<i>Raportat</i>	<i>Pagină</i>
Siguranța și sănătatea consumatorilor			
PR1	Etapile ciclului de viață în care impactul produselor și serviciilor asupra sănătății și siguranței sunt evaluate pentru îmbunătățire, și procentul semnificativ de produse și categorii de servicii supuse la astfel de proceduri.	Nu se aplică	
PR2	Numărul total de incidente de ne-conformitate cu reglementările și codurile voluntare cu privire la impactul asupra sănătății și siguranței al produselor și serviciilor pe parcursul ciclului lor de viață, în funcție de tipul de rezultate.	Nu se aplică	
Etichetarea produselor și serviciilor			
PR3	Tipul de informații despre produse și servicii solicitate prin proceduri și procentul de produse și servicii semnificative care fac obiectul acestor cerințe.	Neraportat	
PR4	Numărul total de incidente de ne-conformitate cu reglementările și codurile voluntare cu privire la produse și servicii de informare și etichetarea, în funcție de tipul de rezultate.	Neraportat	
PR5	Practici referitoare la satisfacerea clientului, inclusiv rezultatele cercetărilor care măsoară gradul de satisfacție al clienților.	Neraportat	
FS16	Inițiative de îmbunătățire a cunoștințelor în domeniul financiar în funcție de tipul de beneficiar.	Neraportat	
Comunicare de marketing			
PR6	Programe pentru aderarea la legi, standarde și coduri voluntare referitoare la comunicații în marketing, inclusiv publicitate, promovare, și sponsorizare.	Neraportat	
PR7	Numărul total de incidente de ne-conformitate cu reglementările și codurile voluntare, cu privire la comunicarea de marketing, inclusiv publicitatea, promovarea și sponsorizarea în funcție de tipul de rezultate.	Neraportat	
Confidențialitatea datelor clienților			
PR8	Numărul total de reclamații întemeiate cu privire la încălcarea drepturilor clientului cu privire la caracterul confidențial al informațiilor sau pierderilor de date despre clienți.	Neraportat	
Conformitate			
PR9	Valoarea monetară a amenzilor importante pentru ne-conformitate cu legile și regulamentele privind furnizarea și utilizarea produselor și serviciilor.	Neraportat	

Anexa 2 - Parteneri

Alături de Voi - Iași

Atelierul de carte

Bright Light

Bucharest Running Club

Charity Gift

Fundația Principesa Margareta a României

Green Revolution

Hospice Casa Speranței

Light into Europe

Mai Mult Verde

Festivalul de film Next

Ovidiu Rom

Renașterea

SoNoRo

Sport Promotion

TEDx

United Way

Anexa 3 - Informații despre facilitatorul de țară LBG



Asociația pentru Relații Comunitare este instituția acreditată ca Facilitator unic de țară pentru serviciul LBG în România. ARC a obținut acest statut în urma procesului de instruire și acreditare a echipei ARC, realizat în 2008. Instruirea echipei din România a fost realizată de către partenerul britanic, agenția de consultanță The Corporate Citizenship. Această agenție este inițiatorul serviciului LBG și liderul LBG Internațional.

ARC este în prezent principala organizație de suport pentru companii și partenerii lor comunitari pentru mobilizarea eficientă a resurselor locale.

În ultimii 8 ani au lucrat pentru a îmbunătăți practica de implicare comunitară a companiilor și activitatea de atragere de fonduri din comunitate a ONG-urilor. Prin evenimente, programe pe termen lung, sesiuni de consultanță individuală și brokering comunitar am promovat inițiativele bazate pe parteneriate pe termen lung, axate pe impact și pe schimbări importante în comunitate. Activitatea organizației este structurată pe cinci componente de bază:

1. Programul de promovare a implicării comunitare a companiilor,
2. Programul de creștere a capacității organizațiilor neguvernamentale în atragerea de fonduri,
3. Programul de pilotare a fundațiilor comunitare în România,
4. Programul de pilotare a mecanismelor de mobilizare a resurselor comunitare,
5. Componenta de cercetare în domeniul mobilizării de resurse .

Parteneri strategici

În 2011, companiile care au ales să devină parteneri ai serviciului LBG România au fost BRD Groupe Société Générale, Danone România, Lafarge România, Orange România, Raiffeisen Bank și Ursus Breweries.

Până în prezent am avut alături parteneri care au făcut ca munca noastră să câștige în valoare și impact. Cel mai important partener a fost și este Camera Americană de Comerț în România. Alături de acest partener strategic am mai avut lângă noi companii precum, BRD Groupe Société Générale, Royal Bank of Scotland, Vodafone România, Lafarge Romania, Philip Morris, GlaxoSmithKline, Citigroup etc.

Din 2006 ARC a intrat în rețeaua internațională a Business in the Community (BITC), devenind parte a CSR360, cea mai largă și importantă rețea de organizații de suport în promovarea implicării comunitare a companiilor.

www.arcromania.ro

0264 406 388

Bd. 1 Decembrie 1918, nr. 4 ap. 7

Cluj Napoca

Anexa 4 - Contacte

Raiffeisen Bank

Administrația Centrală

Piața Charles de Gaulle nr. 15
Cod 011857, sector 1, București
Tel.: +4 021 306 10 00
Fax: +4 021 230 07 00
E-mail: centrala@raiffeisen.ro
<http://www.raiffeisen.ro>

Departamentul Responsabilitate Corporativă

Direcția Comunicare și Relații Publice
Suzana Csizsek
Raiffeisen Bank S.A.
Piața Charles de Gaulle nr. 15, et. 5
Sector 1, București
Tel.: +4 021 306.16.23
E-mail: suzana-barbara.csizsek@raiffeisen.ro
www.raiffeisen.ro

Centrul Operațional Pipera

B-dul Dimitrie Pompei nr. 9-9A
Sector 2, București
Tel.: +4 021 306 20 00
Fax: +4 021 319 85 08